

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

Escuela de Comunicación

Disertación de Grado

**Propuesta de guía para el uso de la fotografía periodística, como recurso
informativo, en prensa escrita**

Valeria Bassante Espinosa

Año 2012

AGRADECIMIENTO

Es vital para mí agradecer a las personas que fueron parte, no solo de la creación de esta disertación, sino de la misma etapa que estoy terminando. Un infinito gracias a cada uno de mis profesores, quienes tienen un espacio determinado y eterno dentro de mi carrera como profesional, pero sobre todo como humana. En especial, mil gracias a mi directora de disertación, Lourdes Pérez, quien permitió que añadiera una carpeta más a su esquina de asuntos pendientes. No hay mayor honor para mí que usted, alguien tan querido y tan importante dentro de nuestra facultad, y de la Universidad misma, haya accedido a ser mi guía en este camino. No me alcanzarán las palabras para agradecerle el tiempo que empleó en leer mi disertación, en vez de estar haciendo otras cosas seguramente más edificantes.

Un especial agradecimiento a mi decana, Lucía Lemos, que no solo es la cabeza de la facultad, sino la cabeza de todos mis pequeños pasos, los cuales me llevan ahora a ser una PERIODISTA con todas sus letras, un lazo que colabora a unir al mundo, mediante el lenguaje. Gracias por poner toda su experiencia y conocimiento a nuestra disposición; gracias por mantener la puerta de su oficina siempre abierta para nosotros. Ojalá cumplamos todos sus estudiantes el profundo propósito del periodismo, que usted sin duda ha cumplido perfectamente: informar con verdad, para vivir y enseñar con verdad.

Quisiera además extender un agradecimiento sentido a mi profesor de fotografía, Guillermo Echeverría. Usted me enseñó a ver la luz y el alma a través de la lente. Bastó un semestre en su laboratorio para que inicien mis preguntas sobre “la representación de la realidad”. Esta disertación es la respuesta a muchas de esas preguntas.

Por supuesto, gracias a mis padres y a mi familia, que llenan cada uno de mis días de sabiduría y amor. Ustedes me muestran el complemento perfecto y el equilibrio volátil

entre la razón y el corazón. Gracias a los amigos verdaderos; a los que fallaron, a los que permanecieron, a los que me aman y me conocen como soy; son ángeles enviados de Dios en todo momento.

Por último, gracias a Él; al Dios que me acompaña cada segundo para empujarme a seguir el camino que juntos formamos para mí. Esta disertación es un símbolo del fin de mi etapa universitaria y del comienzo de mi vida profesional; no lo habría logrado sin tu Palabra.

DEDICATORIA

Esta disertación está dedicada a mi persona, no por presunción, sino porque en mí están reunidas todas las personas que me forman como soy. No soy yo misma; soy todos ellos. Principalmente mi Dios, pues a su imagen y semejanza fui creada; a mis padres, pues su apoyo va más allá de lo económico. Ustedes me conforman, literalmente; soy la unión de sus mejores y peores características y, si dependiera de mí, no eligiera a nadie más para esa importante labor. A mis hermanos; somos cuatro seres pintorescos, unidos por razones ajenas a la sangre, lejanos, pero muy cerca a la vez. A toda mi familia, cada uno de los seres distintos que la conforman. Al hombre que amo, pues su amor es el único en su clase. A mis amigos, pues tal vez sea cierto que nacemos solos, pero gracias a ellos transitamos y morimos acompañados. Para ustedes este sencillo tráfalgar, pintado con colores propios e inventados.

INDICE

Contenido	Páginas
AGRADECIMIENTO	i
DEDICATORIA	iii
ÍNDICE	iv
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO 1: Historia de la Fotografía	1
1.1 Antecedentes en el mundo	1
Fotoperiodismo de guerra	3
Las mayores agencias del mundo en Francia y la fotografía en España	5
Fotoperiodistas de hoy	7
1.2 Fotografía de prensa en Ecuador	8
1.3 Avances Tecnológicos	11
La era digital: Causas y consecuencias	15
1.4 La fotografía en la actualidad	16
CAPÍTULO 2: Composición de la imagen	19
2.1 Introducción al Fotoperiodismo	19
Las fotos que quedan fuera del concepto de fotoperiodismo	20

2.2 Composición de la imagen	22
La imagen como lenguaje	22
Las funciones de la imagen	23
Actantes en la fotografía	24
Herramientas del lenguaje visual	26
Herramientas de configuración	27
El tamaño	27
La forma	28
El color	29
La iluminación	32
La textura	33
Elementos de composición de la imagen	34
Retórica de la imagen	38
Relación imagen y texto	40
2.3 Ética en el Fotoperiodismo	41
El sensacionalismo como satisfacción	42
La subjetividad de la imagen	44
Errores más comunes	46
Ley de Comunicación en Ecuador	49

CAPÍTULO 3: Importancia del Análisis de la Imagen	51
3.1 Características de la imagen mediática	51
Objetivos del análisis de imágenes	52
3.2 Método de análisis semiótico en la guía	54
3.2.1 Primer paso: Clasificación del producto visual	55
3.2.2 Segundo paso: Estudio del contenido del producto visual	56
3.2.3 Tercer paso: Estudio del contexto	58
3.2.4 Cuarto paso: Enunciación	59
Cuadro de resumen del Plan de Comprensión de Fotografías de Prensa Ecuatoriana	59
CAPÍTULO 4: Concepción de la guía como propuesta de la investigación	61
4.1 Concepto y funciones de la guía	61
4.2 Objetivos de la guía	61
4.3 Técnicas de desarrollo	64
Fase de investigación	69
Fase de análisis	70
Fase de diseño	73
4.4 Recursos básicos	74

Distribución de la información	75
Técnicas de investigación	77
Recomendaciones	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES	83
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Cuando las palabras no alcanzan para describir un suceso, es la fotografía la que se impone para hablar sin sonidos. Dentro del campo de la fotografía de prensa se ha desarrollado un único universo que permite al periodista encontrar al mundo y a sí mismo. Sin embargo, la importancia de este campo no radica solamente en el crecimiento personal, sino en la exposición de dichos descubrimientos al público receptor.

Como se observará en esta disertación, con el paso del tiempo los fotógrafos de prensa han conseguido perfeccionar sus técnicas, muchas veces dejando de lado la práctica ética que se esfuerzan las universidades e institutos en impartir a los nuevos estudiantes, mientras que los pocos profesionales correctos que quedan deambulan de manera invisible entre la corrupción de los medios y de la sociedad en general. Es gracias a las intenciones de luchar contra esto que se propone la creación de una guía de fotografía de prensa que contenga la situación actual del fotoperiodismo ecuatoriano. A pesar de que el conocimiento general sobre este campo se puede investigar en numerosos libros, no se ha podido encontrar uno que exponga abiertamente los casos que se viven en el país ni que pueda dar soluciones concretas a la problemática fotográfica ecuatoriana, por lo que la investigación y el análisis que forman parte de la guía propuesta, concederá una mirada profunda y actual sobre la fotografía de prensa en Ecuador. El nuestro es un país, como muchos otros, que se ve afectado principalmente por su vida política, económica y social, y que se llena cada vez más de medios amarillistas y sensacionalistas, cuyo propósito es exaltar el chisme y el morbo, más que entregar información que impulse el desarrollo de nuestra sociedad.

El objetivo principal de esta disertación es poder determinar cuáles son las técnicas necesarias para el uso adecuado de la fotografía periodística, mientras se descubre la importancia de analizar imágenes de nuestros periódicos para aportar al progreso del

fotoperiodismo en el país. Además, es fundamental profundizar la información que existe sobre los elementos relacionados con la composición de la fotografía de prensa que permiten la aplicación de sus funciones, desde el punto de vista informativo. Por último, se pretende explicar la forma y el fondo de la guía; qué unidades deben comprenderla y qué temas son los que deben ser investigados para asegurar resultados útiles y prácticos.

Para que la guía cumpla las metas que se ha propuesto, se ha recurrido a un estudio completo principalmente a partir de las siguientes fuentes escritas:

- *“Fotoperiodismo y Edición”*, por Diego Caballo, Francisco Esteve, José Manuel De Pablos, Eduardo Rodríguez, Teodoro Ballesteros, Rafael Gómez y Daniel Caballo (España, Editorial Universitas S.A., Segunda Edición, 2006).
- *“La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión”*, por Lorenzo Vilches (España, Ediciones Paidós, 1992).
- *“Ética y Medios de Comunicación”*, por Niceto Blázquez (España, Biblioteca de Autores Cristianos, 1994).
- *“Introducción al Análisis de la Imagen”*, por Martine Joly (Argentina, La marca editora, 2009).
- *“El lenguaje visual”*, por María Acaso (España, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 2006).

Esta disertación es el resultado de una investigación en los temas de fotoperiodismo, la composición de imágenes, la ética periodística y la creación de guías de procedimientos, con el fin de proponer la formación de un manual completo y actual que reúna la información necesaria para guiar a todos los actantes de la fotografía de prensa ecuatoriana y complemente su práctica profesional.

Capítulo 1: Historia de la Fotografía

Fue a finales del siglo XIX cuando los periodistas empezaron a desarrollar más técnicas para satisfacer el apetito voraz de información de las audiencias. La fotografía en sí nació cuando Nicéphore Niépce descubrió la *litografía*, método que requería de 8 horas de exposición a la luz y tenía una legibilidad muy restringida (*La Vue du Gras* de 1826, la primera imagen de Niépce, ya no se distingue si se la observa hoy).

Pasarían muchos años, transformaciones y nuevos descubrimientos antes de que el periodista reconociera esta destreza como una herramienta que complementarían su labor informativa. Uno de los íconos de este inicio es la revista semanal *The Illustrated London*, el primer documento gráfico que apareció en 1842: "Un grabado representaba el atentado sufrido por la reina Victoria y el príncipe Alberto cuando paseaban en un coche de caballos"¹. Habría que esperar hasta 1850, cuando la primera fotografía hizo su aparición en prensa, obtenida a partir de un grabado en madera.²

Después de un inicio lento, el fotoperiodismo tendrá que pasar por un proceso forzado de desarrollo, en un contexto caracterizado por guerras de colonización, la era industrial, la evolución tecnológica y su involucramiento en la política, que irán dando forma a lo que llamamos hoy el Fotoperiodismo Moderno.

1.1 Antecedentes en el mundo

Alemania en sí, forma parte importante del desarrollo gráfico-informativo, fundamentalmente en la República de Weimar. Es importante mencionar sus célebres

¹ Fontcuberta, Joan, "*Fotografía: conceptos y procedimientos*", Ediciones G.Gili, 1994.

² Amar, Pierre – Jean, "*El fotoperiodismo*", Argentina, Editorial la marca, 2005.

Semanarios, como el *Berliner Illustrierte Zeitung*, periódico del partido Comunista Alemán, y el *Müncher Illustrierte Presse*, que nace en 1923 y se convertiría en la publicación líder del periodismo gráfico, después del Berliner.

Los inicios del periodismo gráfico se sitúan a partir de 1925 con Erich Salomón, quien es considerado uno de los “padres del reportaje gráfico”, a parte de haber sido un excelente abogado. Sus inicios en el fotoperiodismo se dieron al hacer fotografías de algunos juicios en Alemania en los que él participaba, a pesar de la prohibición que existía en 1928, con su cámara Ermanox, dotada de un revolucionario objetivo de alta luminosidad, escondida en una carpeta. Su condición de judío le equivaldría la muerte en Auschwitz.³ Otros de los reporteros gráficos más famosos fueron Wolfgang Weber, quien se consagró “tras publicar una serie gráfica sobre la vida nocturna y de madrugada desarrollada en la popular plaza berlinesa de Kurfürstendamm”⁴; además está Félix H. Man, reconocido por obtener una serie de fotografías del compositor-director Igor Stravinski en 1929. Es así como Alemania e Inglaterra se convierten en países clave para el nacimiento del fotoperiodismo, junto con Los Países Bajos, donde nació el que se supone es “el periódico más antiguo que se conserva y utiliza grabados...y data de 1645”.⁵

Por otra parte, Estados Unidos también hizo grandes aportes a este tipo de lenguaje. El *New York Tribune* el *Morning Herald* son mencionados en varias obras reconocidas y la aparición de Joseph Pulitzer Taylor y William Randolph Hearst, fundadores de *Worldy Journal* respectivamente, dejaron su huella en el mundo de la prensa escrita. Sin embargo, el ícono del fotoperiodismo estadounidense es la revista *Life*, publicación creada por Henry Luce (propietario de Time Inc.) en 1936, y que usaba altos estándares en cuanto a calidad

³<http://reportajegráfico.wordpress.com>

⁴ Alcoba, Antonio, “Periodismo gráfico (fotoperiodismo)”, España, Editorial Lagra, 1998.

⁵ Timoteo Álvarez, Jesús: *I Curso de perfeccionamiento periodístico para periodistas gráficos, pertenecientes a la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGP-TV)*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Madrid, marzo de 1984.

y selección de fotografías. Contó con fotógrafos que más tarde serían considerados mitos en el fotoperiodismo mundial.⁶

Fotoperiodismo de guerra

Los términos “guerra” y “fotografía” han avanzado juntos y se han impulsado mutuamente. Los conflictos armados que se han llevado a cabo a través de los años han significado el surgimiento de un objetivo primordial en la fotografía: mostrar lo que nadie más quiere mostrar. Asimismo, los fotógrafos de guerra y sus imágenes a veces han logrado más que las mismas guerras: definir claramente bandos políticos, influenciar audiencias, mover masas y crear ideologías. Pero también existen opiniones contrarias, que culpan a la fotografía de prestar atención solo al paisaje bélico y no a las causas y consecuencias ideológicas. Así se expresa Ray Coy, estudiante española, aficionada a la fotografía, quien reseña en su blog el libro “Historia de la crítica del fotoperiodismo occidental”, de Jorge Pedro Sousa.⁷ Al analizar personalmente fotografías tomadas de la Guerra de Crimea por Roger Fenton, se llega a la conclusión de que el límite entre la realidad y el sensacionalismo depende del apego a la verdad o al arte. Cuando un periodista pretende solamente ser galardonado por sus excelentes dotes de artista, corre el riesgo de alejarse de la verdad y acercarse a la pretensión. Por el contrario, cuando el periodista busca hacer imágenes que demuestren de la mejor manera posible hechos que la audiencia no puede juzgar directamente por sí misma, se cumple con rigor el objetivo simple y ecuánime de informar.⁸

⁶ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Diego, Francisco, José Manuel, Eduardo, Teodoro, Rafael, Daniel, “*Fotoperiodismo y Edición*”, España, Editorial Universitas S.A., Segunda Edición, 2006.

⁷ Coy, Ray, Fotoartis: “*El valor del fotoperiodismo*”, <http://raycoy.blogspot.com>.

⁸ Coy, Ray, Op.

Dentro de todo el conjunto de batallas registradas en la historia de la humanidad, uno de los conflictos de mención obligada al hablar de fotoperiodismo es el de Vietnam, pues “fue una guerra ganada por las imágenes”.⁹ Los periodistas de guerra se esforzaron no sólo por mostrar los hechos, sino principalmente por romper el sentimiento de patriotismo que ha enceguecido muchas veces a los estadounidenses ante inmensas injusticias. El propósito del conflicto dejó de ser la defensa y se convirtió en la masacre, por lo que se considera que éste es el mayor de los fracasos estadounidenses en la Guerra Fría. Los bombardeos masivos, el uso de agentes químicos, la crueldad de sus soldados y especialmente la información transmitida por los medios de comunicación norteamericanos provocaron que la ideología de Estados Unidos se volviera peligrosamente impopular, incluso dentro del país. En esa época se alzaron varios grupos en protesta contra la violencia impuesta en Vietnam, siendo el más representativo el movimiento “Hippie”, que descargó ideas revolucionarias e inestabilidad en la juventud de ese tiempo.¹⁰ Es en estos momentos de desequilibrio y barbarie que el fotoperiodismo colaboró en la destrucción de mitos y desenmascaramientos. Como dice Diego Caballo Ardila en su libro “Fotoperiodismo y Edición”: *“Estados Unidos quería publicidad y hasta llegó a pagar el billete de avión a muchos periodistas”*.¹¹

En 1947 aparece la famosa agencia española de fotografía Magnum Photos, mucho antes de que la Guerra de Vietnam estalle y después del apocalipsis de la Segunda Guerra Mundial. En esta etapa de receso supuestamente pacífico, Robert Capa, David Seymour “Chim”, Henri Cartier-Bresson y George Rodger fundan esta cooperativa fotográfica que procuraba fusionar la fotografía informativa con el arte, es decir, no sólo perseguir el deseo de contar una historia, sino de encontrar una mejor y más creativa forma de verla.

⁹ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

¹⁰ El sitio web de la Historia del siglo XX, <http://www.historiasiglo20.org/GLOS/vietnam.htm>, *La Guerra de Vietnam*.

¹¹ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

Es así como sus fotógrafos han estado presentes en casi todos los conflictos bélicos de relevancia, desde la Guerra Civil Española hasta las batallas actuales, siempre con el objetivo principal de conseguir la independencia absoluta en lo laboral y en el aspecto de la edición. Este grupo se ha convertido en un ícono del fotoperiodismo de guerra y del mundo en general; Cartier-Bresson recuerda que “los ingredientes eran sobretodo sensibilidad (que afortunadamente no se aprende en ninguna escuela) y curiosidad (que jamás puede confundirse con indiscreción). El resto es el sentido de la imagen, encuadre, la geometría... todos esos elementos que no han cambiado”.¹² Hoy en día cuentan con 4 oficinas en Nueva York, Londres, París y Tokio y 15 sub-delegaciones que proveen de material fotográfico a prensa, editoriales, anuncios, televisiones, galerías y museos. Las imágenes Magnum son el modelo completo, el que encuentra el equilibrio entre la verdad y la ficción, mientras reconoce a la estética como una de las características principales de la fotografía, pero nunca olvida su propósito de mostrarle a la humanidad su propia cara.

Las mayores agencias del mundo en Francia y la fotografía en España

Raymond Depardon, HubertHenrotte, HuguesVassal y Leonard de Raemy lanzan al mundo en 1967 un estilo innovador de fotografía que superaba en calidad y destreza a todo lo que se había visto hasta entonces y crean la agencia Gamma. Sus fotógrafos siempre eran los primeros en llegar a las escenas y utilizaban el horario a su favor para que las fotografías llegaran en tiempo record a las redacciones lejanas. Una de sus estrellas era Guilles Caron, que revolucionó el estilo fotográfico al adelantarse a las noticias y hacer imágenes cuando los demás recién llegaban al lugar. HubertHenrotte abandona Gamma en 1973 y crea por su cuenta Sygma, que llegaría a ser la mayor competidora. Su característica principal para ganarse a las audiencias fue la introducción

¹² Pita, Elena, *El Mundo*, 20-06-1993, pág. 33, Sección de Cultura.

de un nuevo tipo de periodismo: la prensa del corazón o prensa rosa, como es conocida mayormente.

En Francia nacería también Sipa, fundada por Goksin Sipahioglu en 1973, y que es considerada una de las grandes escuelas de periodismo. “Su material es distribuido en España por EFE hasta el año 2002, con quien además mantenía un intercambio de reportajes relacionados con la prensa rosa o del corazón y con quien también mantenía una estación de imagen por telefotografía instalada en el primer trimestre de 1994”.¹³

En España, el mayor ícono de fotoperiodismo es el periódico Blanco y Negro que salió a la luz en 1891 y que es considerado una de las cunas donde nació el periodismo gráfico. El ABC, fundado en 1905, también tiene como padre al dueño de Blanco y Negro, Torcuato Luca de Tena, quien ganó mucho dinero con el primero para enseguida perderlo con el segundo. Desde esta época se nota un avance significativo en el mundo de la fotografía: ésta empieza a verse más como la información propia, acompañada por unas cuantas palabras, y pierde poco a poco su errónea definición como complemento de la palabra. El público encuentra mayor sentido al observar una imagen que leer páginas completas de redacción, por lo tanto la prensa debe buscar otros e importantes enfoques, los mismos que en la actualidad a veces se pierden una vez más. Las publicaciones debían ser creativas y siempre crecía la competencia. Empezaban a disputarse los mejores fotógrafos y la rivalidad colaboraba al perfeccionamiento y al desarrollo, pues debía haber más imaginación para ganar más lectores.

Del grupo de famosos fotógrafos españoles es imprescindible mencionar la trayectoria de tres. El primero de ellos, José Campúa (José Demaría López), nace en 1870 y, a pesar de ser aprendiz de barbería, encontró su pasión por la fotografía y la puso en práctica en la Guerra de Marruecos de 1909. Desde ese momento se convertiría en el reportero gráfico

¹³ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

más prestigioso y popular de España; tanto así que El Gráfico, periódico para el que trabajó por mucho tiempo, se voceaba todos los días con su nombre para vender rápidamente. Fue condecorado por el General Marina por su reportaje fotográfico sobre los cadáveres olvidados de soldados españoles en el Barranco del Lobo y su trabajo valió para que el rey Alfonso XIII le nombrara fotógrafo de la Casa Real. Campúa sentía un gran desprecio por las generaciones jóvenes de fotoperiodistas, tanto así que cuando le solicitaron ayuda para que los estudios de esta profesión pudieran ser incluidos en la Escuela Oficial de Periodismo, él colocó la mayor cantidad de obstáculos para que este justo propósito no se hiciera realidad.

El segundo cronista gráfico es Juan Comba, quien abrió y cerró la época de la Restauración. Trabajó en La Ilustración Española y Americana, revista gráfica que marcó una gran etapa en España.

Para finalizar, Martín Santos Yubero, muerto en 1994, ilustró las páginas del Ya desde sus inicios. El Ya era considerado una escuela natural de reporteros gráficos y uno de los diarios más conocidos de la España de la década de 1940.

Fotoperiodistas de hoy

“No somos artistas. Somos artesanos. Tenemos que pasar muy discretamente, viendo lo que pasa. La realidad siempre tiene la última palabra”.

Juan Ramón Yuste (El País).

Hacer la fotografía más real y detallada a veces ha significado arriesgar la vida y el alma en una búsqueda difícil, no de qué mostrar, pues eso abunda, sino de cómo mostrarlo. Fotografías como la galardonada del *free lance* Kevin Carter, donde un buitre espera

pacientemente a unos pasos de un niño moribundo en Sudán recorren el planeta impactando al público, sin que muchos se percaten del valor real de una imagen así. Innumerables fotoperiodistas murieron trágicamente mientras estaban en servicio, como Miguel Gil en Sierra Leona, Julio Fuentes en Afganistán, Juan txu Rodríguez en Panamá o Jordi Pujol Puente en la antigua Yugoslavia.¹⁴ Hoy en día y desde el inicio de esta disciplina se ha requerido estar muy cerca de situaciones desgarradoras, que son generalmente las más censuradas por diversas razones políticas. Ser fotoperiodista implica siempre estar desobedeciendo las órdenes de alguien, sea de un presidente hipócrita, generales crueles, incluso del propio editor para poder indagar en lo oculto, que en la actualidad generalmente suele ser lo verdadero.

Ahora existe principalmente en España una gran generación de fotógrafos que dejan sus hogares para profundizar en lo prohibido y defender la imperiosa necesidad de informar que tenemos todos los periodistas: Manuel Pérez Barriopedro, que aceptó su destino cuando debió fotografiar por primera vez en Atocha a los cadáveres de los abogados laboristas, en 1977; Manuel Hernández de León; Javier Bauluz (único premio Pulitzer español); Gero; Millán de las Heras. Además, otros nombres importantes son: Jan Grarup, Kevin Carter, Tim Hetherington, que murió en Libia en abril de 2011, y muchos más que dejan de lado el diario vivir cada día para aprender a sobrevivir a través de la fotografía.

1.2 Fotografía de prensa en el Ecuador

Si debemos especificar el nombre del primer periódico que se preocupó de verdad por incluir ilustraciones en sus páginas, ése es el diario El Comercio. Nacido el 1 de enero de 1906, este diario inició sus labores en medio de problemas económicos y desinterés de

¹⁴ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

los lectores quiteños, que en ese entonces no tenían la costumbre de comprar un periódico, puesto que vivían diariamente entretenidos por los chismes y los inventos.

En 1907, los fundadores de El Comercio ya buscaban instalaciones más amplias: su inicio no fue el mejor, pero el crecimiento de compradores empezaba y necesitaban nuevas metas. En uno de los editoriales en 1907 se leía: “En un pueblo como el nuestro donde los acontecimientos de alguna importancia son tan escasos, queremos que día a día el periódico sea un enorme almacén de datos; un amplio inventario de hechos”.¹⁵ En este año, los hermanos Mantilla se dieron cuenta que el diario estaba incompleto por falta de ilustraciones. Sin embargo, en Quito no existía ningún fotograbado, aunque ya contaban con luz eléctrica. A pesar de su escasa economía, compraron un equipo de fotograbado de Alemania y con trataron aun técnico limeño, Enrique Rodenas. Esta forma de producir imágenes involucraba complicadas técnicas que se desarrollaban en dos partes: en la cámara de copia de impresiones y en la cámara oscura de revelado, previa a la grabación en el metal.¹⁶ Rodenas aprendió los sistemas del fotograbado, pero no permitió que nadie se introdujera con él en la cámara oscura. Por lo tanto, después de que su contrato se terminó al año y al irse sin revelar los secretos de la técnica, se tuvo que contratar al argentino Enrique Kaors, para que descubriera que el secreto de Rodenas consistía solamente en la utilización de carbonato de sodio.

El ejemplar del domingo 27 de enero de 1907 ya contenía la primera ilustración, que mostraba la vista exterior de la oficina y talleres de El Comercio. Así surgió también el “cronista gráfico”, cuando Alberto Mena Caamaño, gran amigo de los fundadores, recogió con su cámara algunas escenas que hicieron noticia, gracias a su afición por la fotografía.

¹⁵ Larrea, César, “70 años de la vida nacional”, Ecuador, El Comercio, Editorial Offsetec S.A., 1976.

¹⁶ Larrea, César, Op.

Tiempo después se celebrarían los 50 años del diario, el 1 de enero de 1956, con una estupenda edición de 7 secciones y 168 páginas a color.

Avanzando un poco más a través de los años, el 16 de septiembre de 1921 aparece en las calles el que es considerado uno de los diarios líder del país, después de El Comercio.

El primer ejemplar de El Universo se parecía mucho al de El Comercio en sus inicios, con la diferencia de que su caligrafía y su calidad eran más visibles. El 14 de octubre del mismo año El Universo ya contaba con dos ilustraciones: una imagen del General Eloy Alfaro y otra del proyecto de monumento que se realizaría en su honor. En 1930 publica sus primeras caricaturas y no fue hasta 1932 que sus imágenes empezaron a ser cada vez más claras.

Otro de los grandes periódicos ecuatorianos es el diario Hoy, que lanzó al mercado su primer ejemplar en 1982. Para ese entonces, las fotografías se incluían en mayor número en los periódicos, aunque no siempre a color, y cada institución periodística contaba con un grupo pequeño de fotógrafos de planta. Es interesante ver cómo la mayoría de diarios en Ecuador, y es posible que en el resto de países del mundo, nacen gracias a un estricto sentido de hacer oír una voz en medio de situaciones difíciles o importantes en la historia: el Comercio surge en medio del término de gobierno de Lizardo García y el inicio del de Eloy Alfaro como uno de los personajes más importantes del país; El Universo señala el fin de una época con la publicación de la muerte de Alfaro; y el Hoy divulga la noticia de las tropas peruanas invadiendo nuestro espacio aéreo, anuncia que Oswaldo Guayasamín expondrá sus obras en Europa y que el Secretario General de la Administración, Alfredo Negrete, declaró que existen propósitos golpistas en contra del gobierno de Osvaldo Hurtado.

De acuerdo con estos pocos ejemplos, es simple deducir que la fotografía amplió la visión general, tanto de los periodistas, como del público lector ecuatoriano, pues pudo mostrar de manera clara los acontecimientos y no permitió que las audiencias divagarán entre los múltiples sentidos de la palabra escrita. En esto ya existe una cierta limitación, una especie de cadena que obliga a los lectores a creer exactamente lo que ven y nada más. Por eso es que los periodistas están en capacidad de ser tan manipuladores, porque acostumbran a alimentar a las masas con opiniones ajenas y corren el riesgo de imponer ideologías solo con una sencilla fotografía. En esta costumbre radica el peligroso poder del fotoperiodismo sobre las audiencias.

1.3 Avances tecnológicos

El desarrollo de la fotografía se debe principalmente al surgimiento de nuevas necesidades periodísticas. La rapidez de la información exige que el equipo de un periodista sea ligero, veloz y de alta calidad, características fundamentales especialmente para un fotoperiodista. No existe la posibilidad de que las carencias tecnológicas entorpezcan la labor informativa y es por eso que a través de los años han surgido cámaras y sistemas de transmisión cada vez mejores que resolvieron los problemas periodísticos inmediatos de sus respectivas épocas.

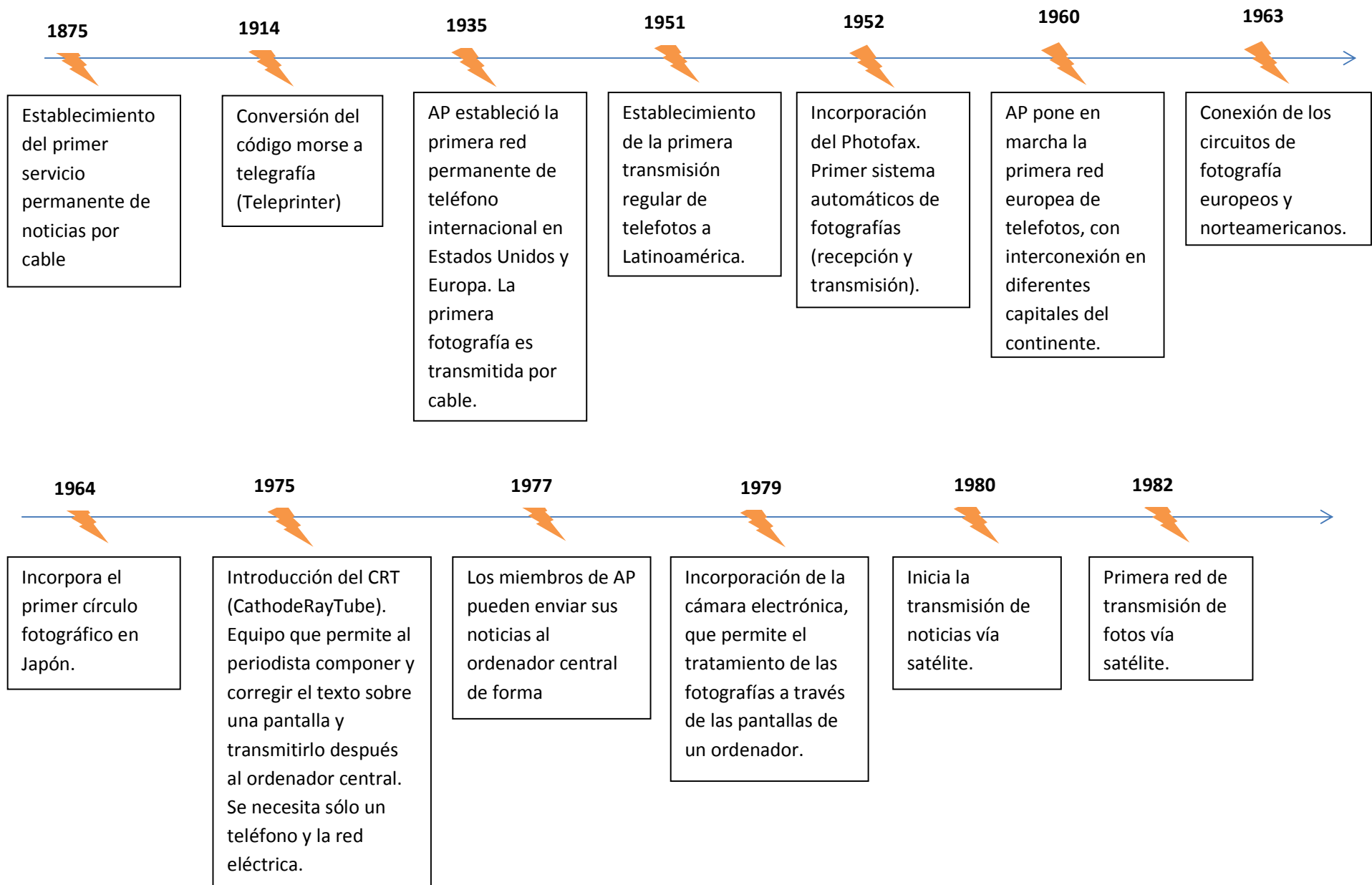
Al hablar de avances tecnológicos es necesario nombrar a una de las agencias más grandes y famosas del mundo: la Associated Press (AP). Fue en mayo de 1848 que diez representantes de seis periódicos neoyorquinos fundaron la primera organización cooperativa sin intereses de lucro en la difusión de las noticias. El arduo trabajo, creatividad e inventiva de sus fundadores, miembros y asociados colaboraron a que la AP escalara con premura hacia el éxito rotundo: comenzó en 1943, cuando la agencia se

abrió a todos los periódicos cualificados de Estados Unidos y hasta el 2006 tenía 1.700 periódicos asociados, 8.500 suscriptores extranjeros, en 121 países, más de 5.000 emisoras de radio y televisión que reciben sus noticias, que son traducidas en la misma agencia a cinco idiomas: alemán, holandés, francés, español e inglés. Incluso fue gracias a la AP que “el sueño de la transmisión de fotografías por cable directamente a periódicos se cumplió: A las tres de la tarde del uno de enero de 1935, un pequeño impulso en un interruptor despachó una señal de foto a través de 10.000 millas de cable, llegando a máquinas receptoras de fotos de 25 ciudades americanas”.¹⁷

A continuación, un detalle de los aportes tecnológicos más importantes de esta agencia:

¹⁷ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

AVANCES TECNOLÓGICOS A CARGO DE ASSOCIATED PRESS



1984

Crea dos vías de comunicación por satélite a través del SATNER (Satélite Data BroadcastingNetwo

1986

Introduce el Graphics Net, un satélite de transmisión creado Macintosh que abastece de ilustraciones y gráficos a las computadoras de sus miembros.

1987

Pone en marcha la transmisión de fotos en digital, lo que superará en rapidez y número de fotos - noticia debido a la gran capacidad del satélite.

1990

AP anuncia que el PhotoStream ha sustituido al Laser Photo (nuevo sistema de transmisión de fotografías.

1996

Los fotógrafos usan por primera vez la cámara digital NC 2000 en la XXX Edición del SuperBowl. La cámara fue creada por AP Y Kodak.

La era digital: Causas y consecuencias

Tarde o temprano, el desarrollo llevaría a que los medios de comunicación dieran uno de los saltos más importantes en la historia; no solo la televisión revolucionaría el mundo de la información con su cambio de analógica a digital. La telefotografía digital permitiría que todos los medios escritos, que antes disputaban la cumbre de popularidad, continuaran en dicha carrera, pero en condiciones más equitativas. Es así como el abandono de la tecnología analógica provocaría que los periódicos grandes y reconocidos, y los provinciales, de *targets* pequeños y recursos escasos reciban la misma cantidad de fotos, por lo que la prensa de provincias pudo entrar a competir abiertamente.

Pero es necesario comprender el cambio físico que implicó esta evolución. Los cables de hilo de cobre no funcionaban con esta nueva tecnología, razón por la cual la fibra óptica se convirtió en una herramienta fundamental, pero no desde el principio. Es por esto que por mucho tiempo las grandes agencias, como Reuters y Associated Press, utilizaron los dos sistemas para sus transmisiones y recepciones, pero el mantenimiento era costoso y el manejo de ambos, un embrollo. Para solucionar este problema, aparece un sistema intermedio que modulará y desmodulará la información: el Modem.

La digitalización de la fotografía involucra la transformación de las moléculas de sustancia química que componen la imagen en una multitud de pequeños puntos o píxeles. Existen dos formas de obtención de imágenes digitales:

- **Proceso directo:** Pueden ser obtenidas directamente mediante la captura de imágenes dinámicas de una señal de televisión, telefotografía, las realizadas por una cámara magnética, videocámara o un magnetoscopio.

- **Proceso indirecto:** A través de un escáner se transforman los originales gráficos en un soporte físico, como es el papel, la diapositiva o el negativo.

Sin embargo, como todo cambio, esta evolución no fue fácil de aceptar. Todos los periódicos grandes y pequeños llevaban años utilizando sus receptores de telefotografía, que en la década de los 80 ya eran automáticos, y que la mayoría sabía usar. Debieron aceptar la instalación técnica que le permitía recibir imágenes en digital y empezar de nuevo con este sistema. A pesar de que traía algunos beneficios, como el ahorro de papel para los receptores y de tiempo, pues se prescindía del laboratorio, la competencia se volvió voraz, puesto que todos podían recibir una fotografía al mismo tiempo y el concepto de primicia perdió sus valores originales. Pero otro de los factores que llama la atención en este tema es que tal vez fue desde ese momento que informar con la verdad se convirtió oficialmente en algo subjetivo. La razón es que al poder tratar las fotografías en la pantalla de un ordenador, las posibilidades de manipulación se ampliaban impresionantemente, pues ya existía la capacidad de cambiar los contrastes, corregir los colores, eliminar las interferencias, ampliar zonas de la imagen, corregir o elaborar objetos. De aquí a que los periodistas se dejaran llevar por la tentación de impresionar al mundo con una noticia exagerada había un solo paso.

1.4. La Fotografía en la actualidad

Aquel poder del fotoperiodismo que se analizó anteriormente es el causante de que las imágenes actuales provoquen tanta desconfianza en los lectores. Como ya hemos visto, el desarrollo tecnológico ha dado paso a un sin número de formas de manipulación solo con el tratamiento de las fotografías, pero para lograr ese objetivo, el de cambiar la información verdadera por otra más sensacionalista, se requiere también de un tipo de

periodista especial, que no cumple en su mayoría las premisas que se encuentran en los códigos de ética periodística.

En 1926, Washington fue la sede de la Primera Conferencia Panamericana de Prensa, en donde se adoptó el más antiguo código de ética supranacional que existe. Según el Código de Ética de la Asociación Interamericana de Prensa, los periodistas de prensa (aplicable también a los fotógrafos) deben:

1. Dar la información con exactitud y veracidad.
2. No omitir nada de cuanto el público tiene derecho a saber.
3. Usar siempre un estilo impersonal y correcto sin sacrificar el vigor y la fuerza de un pensamiento crítico.
4. Evitar el escándalo y fórmulas tales como “se dice” o simplemente “se asegura”, y el presentar solamente los hechos que pueden ser debidamente probados.
5. Eliminar una información que más bien corra el peligro de publicar un asunto incorrecto o falso.
6. Asegurarse que la opinión personal del redactor no sea causa de algo que equivaldría a comentar la información, y que ningún reportero asuma prerrogativas que competen a otros sectores del periódico.
7. Antes de escribir, tener conciencia del poder del instrumento que dispone un redactor para influir en las masas y recordar que el daño causado a un funcionario público o a una persona privada no puede jamás ser totalmente reparado ni por una explicación ni por una retractación, por generosa que sea.
8. Mantener una actitud digna y desapasionada en los debates, y no afirmar nada que el día de mañana deba ser modificado. (La segunda parte puede ser aplicada a un fotógrafo, desde mi punto de vista).

9. Por fin, hacer grabar con letras de oro y tener siempre muy presente en vuestra oficina de prensa estas palabras de Walter Williams, célebre periodista norteamericano: “Nadie debe escribir como periodista aquello que no podría decir como caballero”.¹⁸

¿Por qué acudir a tan antiguo documento si es que la civilización ha descubierto innovadoras estrategias para saltarse estos códigos y ha implementado unos nuevos, acordes a la sociedad de hoy? Porque es en sus inicios donde se encuentra el periodismo más puro, con las intenciones correctas. Las palabras de Walter Williams resultan hilarantes en comparación con las nuevas tecnologías que permiten modificar una imagen hasta la saciedad. Hasta el concepto de caballerismo ha perdido la mayoría de su importancia gracias a que la sociedad evoluciona y se ajusta de acuerdo a sus propios errores, que los camufla como aciertos. Esto quiere decir que el fotoperiodista ha debido adecuar, de cierta manera, su modo de hacer fotografía para poder satisfacer la necesidad de escándalo, que es más común desde el siglo XIX. Sin embargo, es necesario mencionar que dicha necesidad fue creada por los mismos periodistas que confundieron su objetivo principal de informar de forma veraz con su deseo de alcanzar mayores niveles de popularidad y, por supuesto, ingresos económicos.

La fotografía de hoy se aleja cada vez más de sus raíces; busca impresionar más que demostrar, llamar la atención más que denunciar. La imagen periodística nació en el arte, se desarrolló como herramienta de denuncia y corre el riesgo de terminar, ni siquiera en arte nuevamente, sino como espectáculo.

¹⁸ López, González, Luis, Luis José, *“Ética, Comunicación y Códigos del Periodismo”*, Colombia, Editorial El Búho, 1990.

Capítulo 2: Composición de la imagen

2.1. Introducción al Fotoperiodismo

Pierre-Jean Amar dice en su libro “El fotoperiodismo” que el proceso mediante el cual la fotografía documental se convirtió en fotoperiodismo fue lento y engorroso, a partir de la Primera Guerra Mundial. De simple ilustración, la fotografía se transformó en verdadero testimonio y ahora representa la visión de un hombre: el reportero gráfico.¹⁹

Como ya se vio con anterioridad, la imagen puede ser compuesta por una serie de elementos que deben trabajar en armonía para que se cumplan las funciones del fotoperiodismo; entre ellos pueden estar el arte y la creatividad, pero no como elementos fundamentales. Para entender exactamente cuáles son las funciones de una fotografía de prensa, se debe reconocer cuál es su concepto y cuáles son sus NO-conceptos.

No todas las fotografías son documentos informativos y periodísticos, aunque hayan sido creados con esa finalidad o estén publicadas en un medio escrito. Existen tres tipos de imágenes que se pueden tomar como ejemplos para identificar las pertenecientes a la prensa: están las ilustraciones fotográficas, que son postales, simples muestras de un lugar o un paisaje, no enfocadas en ninguna acción trascendental ni hechas para llamar la atención de aquel público que busca información. El segundo tipo, el correcto, es la verdadera fotografía de prensa, la que muestra hechos de actualidad o no de actualidad, pero que cuenta con acciones claras, personajes específicos y lugares definidos. Quien busca información, la encuentra en este tipo de imagen. La tercera clase es un híbrido; deja ver hechos de actualidad, pero no responde a ninguna acción ni entrevé información clara.²⁰

¹⁹ Amar, Jean-Pierre, “*El fotoperiodismo*”, Argentina, Editorial la marca, 2000.

²⁰ Caballo, Esteve, De Pablos, Rodríguez, Ballesteros, Gómez, Caballo, Op.

Hay dos conceptos adicionales que pueden ser confundidos como iguales o similares: el periodismo gráfico no es fotoperiodismo, dado que se refiere al texto escrito que acompaña a la imagen, sea analógica (fotografías) o no analógica (infografías).

Las fotos que quedan fuera del concepto de fotoperiodismo:

La primera condición que se debe observar en una foto para ser catalogada como fotoperiodística es que informe y no solo sirva para rellenar o adornar las páginas de un medio escrito.

Las imágenes captadas por un fotógrafo que ha preparado el escenario y los hechos no pertenecen a este concepto; también las fotografías retocadas con efectos especiales.

El papel del periodista es el de autolimitarse a captar los acontecimientos que se encontraron frente a su cámara en un momento determinado. Se debe recordar que está en juego su credibilidad y que se debe tener cuidado con las alteraciones producidas a propósito en una imagen, ya que en la mayoría de los casos pueden implicar alteraciones en la realidad de la información publicada. Dicho de otra manera, cuando exista una participación activa del fotógrafo en el mensaje de la imagen, a pesar de que el público en general no la note a primera vista, la fotografía no es más que una fotografía, nunca fotoperiodismo.

José Manuel de Pablos Coello relata una historia interesante con respecto a este tema en el libro "Fotoperiodismo y Edición": cuenta que cierta ciudad del norte de Estados Unidos había sufrido de sequía por un tiempo. Cuando por fin la lluvia cayó, un periódico envió a uno de sus fotógrafos a tomar instantáneas de las calles mojadas. Agrega que esto suele ser muy común en este tipo de fenómenos, como si las personas no pudiesen ver por sí

mismas y en directo la lluvia en la ciudad. El reportero cumplió su deber y en una de las avenidas encontró a unos niños chapoteando en los numerosos charcos. Felices de ser fotografiados, se dispusieron a seguir las peticiones del fotógrafo que, tratando de lograr una imagen casi perfecta, solicitó que los niños se movieran para poder obtener un mejor ángulo. Lastimosamente, una alcantarilla había perdido su tapa debido al agua y uno de los niños, al moverse, desapareció dentro de ella, frente a la cámara. El periodista capturó la imagen, sintiéndose feliz de llevar las fotos del siglo a la redacción, ni siquiera pensó en ayudar al niño. Al día siguiente, el periódico publicó las imágenes en medio de las felicitaciones y envidias de otros diarios, que preguntaban los detalles de su hazaña al reportero y al director del medio. Sin embargo, una nueva noticia borró el éxito de la primera: el niño accidentado se encontraba en el hospital, pues fue expulsado por uno de los terminales de la alcantarilla. Lo primero que mencionó al ser entrevistado es que fue el fotógrafo quien pidió que se moviera de su sitio. Sobra decir que dicho fotógrafo fue despedido y su credibilidad disminuyó en picada.

Tomando en cuenta este relato, es fácil notar que este tipo de incidentes ocurren en la mayoría de los casos gracias a la comodidad de los periodistas y a su falta de paciencia. Estas dos virtudes, la paciencia y la capacidad de adaptación, son fundamentales en el desarrollo de una verdadera imagen periodística; ya que no podemos adelantarnos ni predecir los hechos, no queda más que esperar a que ocurran, y la turbación por captar rápido y primero los acontecimientos tendrán como consecuencia que el medio en general, y el fotógrafo en particular, cometan uno de los peores errores en el mundo del periodismo: tratar a sus lectores, a su audiencia, como tontos.

2.2 Composición de la imagen

En cuanto a este tema se encuentran numerosas opiniones que aportan grandes conocimientos para crear una imagen efectiva. Sin embargo, para poder comprender cómo debe estar formada, se debe tener claro su significado y para qué sirve.

La imagen como lenguaje

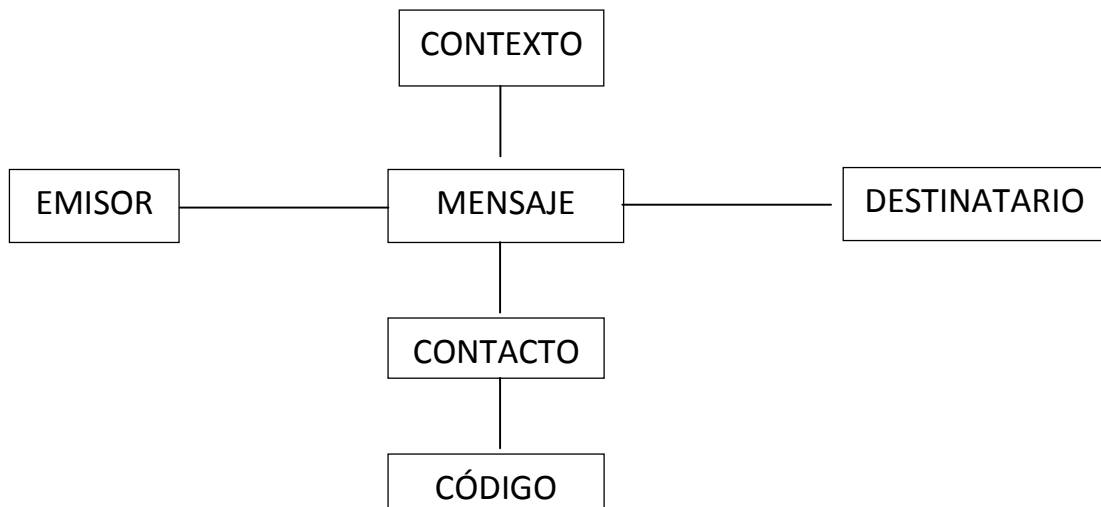
Cuando se considera la imagen como un mensaje visual que está estructurado por diferentes signos, entonces se entiende que es un lenguaje, una herramienta de expresión y de comunicación. Este mensaje siempre está constituido para otros y, por ende, si es que se busca comprenderlo de mejor manera, se debe identificar principalmente para quién fue producido.²¹

Aun así, existen otros factores, a parte del receptor, que son parte del mensaje visual y que están fundamentalmente relacionados entre sí. Roman Jakobson declaró que *“el lenguaje debe estudiarse en toda la variedad de sus funciones”*²² y, por lo tanto, organizó un esquema que recoge todos los factores lingüísticos mediante los cuales un mensaje es producido y difundido. Este es el famoso esquema de los seis polos de los factores inalienables de la comunicación verbal²³, que luego se constituirían en el de cualquier sistema de comunicación, incluyendo el visual:

²¹ Joly, Martine, *“Introducción al Análisis de la Imagen”*, Argentina, La marca editora, 2009

²² Joly, Martine, Op.

²³ Jakobson, Roman, *“Ensayos de lingüística general”*, Barcelona, Ariel, 1984.



Cuadro # 1. **Factores Inalienables del lenguaje.**

La imagen como mensaje de la prensa escrita y en general requiere de un contexto o referente en el cual basarse para poder entregar información adecuada; asimismo, de un contacto o canal físico que pueda establecer y mantener la comunicación entre el emisor y el destinatario. Por último, necesita de un código en común para fomentar el entendimiento básico entre los mismos.²⁴

Las funciones de la imagen

Ciertamente se ha dicho ya que la función informativa de una fotografía es imperante. De todos modos, existen otras posibilidades que se pueden resaltar.

²⁴Joly, Martine, Op.

La imagen, como herramienta de comunicación humana, puede resultar un diálogo perpetuo entre el ser y el mundo que le rodea.²⁵ En este caso, no sería tomada como mensaje directo, sino como una puerta abierta para las numerosas interpretaciones que pueden surgir de ella. Sobre este punto se ha iniciado un debate acerca de la *polisemia* de la imagen, concepto que indica la cantidad alta de significados que pueden residir en una representación visual. Pero, ya que ésta transmite determinada información, no tiene más opción que ser polisémica; todo dependerá de la competencia del lector que la observe, quien recibirá el mensaje exacto, incompleto, manipulado o malinterpretado.

Por otro lado, la imagen podría cumplir un objetivo epistemológico, es decir, podría convertirse en una herramienta de conocimiento para la sociedad. A pesar de su aparente simpleza, una fotografía guarda en su fondo una o varias connotaciones que aportan con enseñanzas a la audiencia. El teórico de arte Ernst Gombrich subraya que la imagen sirve para ver el mundo mismo y para interpretarlo, ya que para él no es una representación de la realidad, sino el resultado de un largo proceso que se dio por medio de correcciones y mejoras. Para crear una imagen se necesita observar, elegir y aprender; es una copia de un momento específico, es la reconstrucción de un modelo.²⁶

Actantes en la fotografía

Lorenzo Vilches dice que la fotografía de prensa puede ser estudiada genéricamente mediante el análisis de los actantes que en ella participan. Cada uno cumple una función

²⁵Joly, Martine, Op.

²⁶Joly, Martine, Op.

importante dentro del proceso comunicativo y dichas funciones están relacionadas entre sí.²⁷

Estos actantes pueden ser de tres tipos:

- Actantes fijos: elementos visuales estáticos, tales como los elementos de la naturaleza, que no se desplazan.
- Actantes móviles: elementos naturales o artificiales que se desplazan en el espacio, como los ríos o los medios de transporte.
- Actantes vivientes: pueden ser subdivididos en personas y animales.

Las funciones de estos actantes pueden ser tomadas en cuenta mediante ciertas reglas propuestas por Vilches. La primera dice que dentro de la composición de la imagen siempre va a existir una *jerarquía de actantes*: los vivientes se impondrán a los móviles y a los fijos, mientras que los móviles se impondrán a los fijos. Cada uno de estos tres elementos lleva a la vez una relación con el fondo y con las circunstancias que se mueven alrededor de ellos; su interacción permitirá que se componga un mensaje determinado.

A partir de esta jerarquía, se establecerá el actor dominante. Según dice la segunda regla, los elementos de expresión, tales como la tonalidad, el volumen y la forma del contenido serán los medios por los cuales se pueda resaltar la participación de uno de los actantes. Esto no debe ser necesariamente provocado por el fotógrafo; las imágenes en sí ya

²⁷ Vilches, Lorenzo, "La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión", España, Ediciones Paidós, 1992.

contienen la aplicación de estas leyes y esto es un fenómeno que cualquier persona que analice una imagen podrá percibir.

La tercera y última regla dice que a igualdad de valores tonales y volúmenes, serán los actantes vivientes los que prevalecerán en la visión del lector. El mensaje que una imagen lleve siempre tendrá un sujeto vivo que será el centro de atención del destinatario, especialmente si se ven seres humanos en dicha imagen.²⁸

Herramientas del lenguaje visual

Para poder entender el funcionamiento y la composición de la fotografía es primordial analizar cada una de las herramientas que colaboran para constituir la. Como ya se ha dicho, cualquier imagen es un lenguaje que establece una comunicación entre un emisor y un receptor, relacionada con un contexto y mediante un código específico.

Al igual que en el lenguaje oral y escrito, se deben aplicar ciertas herramientas para poder crear un lenguaje visual, el cual se articula a través de dos grandes grupos: las *herramientas de configuración*, con las que se construyen los significantes y los significados de los mensajes, y las *herramientas de organización*, con las que se ordenan y jerarquizan los elementos.²⁹

²⁸ Vilches, Lorenzo, Op.

²⁹ Acaso, María, "El lenguaje visual", España, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 2006.

Herramientas de configuración

EL TAMAÑO

Lo principal en un producto visual son sus dimensiones. Existen tres criterios mediante los cuales pueden ser determinados:

- Impacto psicológico: Trata la relación que se establece entre el espectador y la imagen: si es que ésta es pequeña, el espectador la domina y viceversa.
- Efecto de notoriedad: El criterio de notoriedad hace que una representación visual se convierta en un espectáculo. Un ejemplo claro es la obra *Nube* del artista Anish Kapoor, situada en el Millennium Park de Chicago. En el caso de la fotografía de prensa, un buen modelo de este efecto son las imágenes de primera plana que ocupan casi todo el espacio de la hoja y predominan ante la palabra.
- Criterio de comodidad: Se llama también manejo o ubicación. Es el recurso más utilizado en prensa escrita, ya que es seleccionado cuando el tamaño le viene impuesto al creador de la imagen. En los periódicos suele estar cuidadosamente determinado el espacio que se usará para cada elemento; en este caso, el fotógrafo debe manejar con precisión la herramienta del tamaño.

María Acaso dice en su libro "El lenguaje visual" que el tamaño es decisivo para la creación del significado total de la representación; *"tanto si es muy grande y el espectador se siente anonadado, como si es tan pequeña que se puede guardar en la cartera, el tamaño de la imagen aporta información"*.³⁰

LA FORMA

La forma determina los límites exteriores de la representación visual o imagen. Existen dos grandes grupos que la dividen: las formas orgánicas, que son las que pertenecen al mundo natural y tienden a ser irregulares y ondulantes, y las formas artificiales, de tipo geométrico que son en su mayoría creadas por los seres humanos y suelen ser regulares y rectas.

El constructor de imágenes puede trabajar tres niveles para aprovechar los beneficios de esta herramienta:

- La forma del producto visual como objeto: En este nivel se especifica el *formato*, que es la forma y la orientación del soporte. Para determinarlo, se debe tomar en cuenta tres aspectos.

En primer lugar, no se debe olvidar que la mayoría de las publicaciones periódicas tienen un formato vertical, puesto que el soporte es igual en casi todos los medios. Además, se debe recalcar el sentido de la lectura, puesto que en Occidente se lee de izquierda a derecha, mientras que en Oriente es de manera contraria. Asimismo, las imágenes son leídas en esos sentidos. Por último, los formatos redondos, triangulares, rectangulares o

³⁰ Acaso, María, Op.

irregulares de alguna forma alteran el significado de la imagen, transmiten contenidos simbólicos.

- La forma del contenido del producto visual: Se refiere a la forma de los elementos representados DENTRO de la fotografía. El autor del mensaje visual otorga significados tanto en la forma del contorno de la imagen como en la forma de los contornos de los objetos contenidos en ella.
- La forma del espacio que alberga el producto visual: Este aspecto es también importante, pues forma parte del significado. No suele ser tomado en cuenta en la prensa, ya que el formato del periódico siempre es el mismo. Sin embargo, el hecho de que tenga forma de tabloide permite una lectura más fácil y eso incluye la lectura de las imágenes.

EL COLOR

Ésta es una herramienta cargada de información visual. El profesional de este lenguaje debe tomar en cuenta los dos grandes grupos en los que se pueden dividir los colores: colores pigmento, que son los que se pueden tocar físicamente; forman parte de este grupo el cian, el amarillo y el magenta, siendo el negro el tono que resulta de la suma de todos ellos. Los colores luz son los que no pueden ser tocados físicamente y cuya suma resulta en el blanco. Éstos son el rojo, el verde y el azul.

Mientras que los fotógrafos, directores de cine y video y los infógrafos trabajan con colores luz, los pintores, los diseñadores gráficos, los escaparatistas y los decoradores trabajan con colores pigmento.³¹

En cuanto a las características del color, es imprescindible dominar tres aspectos relativos:

- Luminosidad: El término se refiere a la cantidad de luz que tenga un color; existen colores oscuros y luminosos por definición, como por ejemplo, el azul marino no tendrá el mismo efecto en el espectador que el azul cielo. Estas diferencias también inciden en la formación de un mensaje visual determinado.
- Saturación y Desaturación: Se refieren a los niveles de pureza del color en relación al gris: mientras más saturado es un color, mayor es su nivel de pureza y más alejado está del gris. Por el contrario, mientras más desaturado sea éste, menor es el nivel de pureza y está más cercano al gris.
- Temperatura: Se refiere a la subdivisión de los colores en cálidos y fríos. Los primeros brindarán sensaciones de peso y acercamiento, mientras que los segundos emitirán ligereza o alejamiento.

Como información adicional importante, existen algunos criterios que pueden utilizarse para elegir los colores adecuados que caractericen el mensaje visual. Son parecidos a los

³¹ Acaso, María, Op.

pertenecientes al tamaño y la forma; sin embargo, el color tiene un nivel de capacidad comunicativa más intensa.

- Contenido simbólico: Es el primer criterio que se debe tomar en cuenta, pues varía de acuerdo al contexto de la lectura de la imagen. Cada color tiene representaciones distintas, en relación a estudios psicológicos y acuerdos sociales comunes. El significado de cada uno será expuesto entre las 13 Reglas de Composición Fotográfica, propuestas por José Luis Rodríguez, y explicadas en el siguiente apartado.
- Calendario visual: Cada temporada enaltece colores distintos, por lo que está relacionada con emociones variables. En el caso de las estaciones climáticas, el verano y primavera están asociados con los colores cálidos, mientras que el invierno y el otoño, con los fríos.
- Contraste visual: Se utiliza para facilitar una buena identificación. En el caso de las señales de tránsito, se combinarán el rojo con el amarillo para señalar precaución.
- Identificación de la marca: Ciertos colores ya han sido relacionados con marcas o empresas específicas. En los años setenta se realizó un estudio para comprobar el efecto de las marcas en la población estadounidense: el 90 % de los encuestados identificó el color rojo como el tono concreto de Coca Cola.³²

³² Acaso, María, Op.

- Identificación del público-objetivo: Dependiendo de la franja poblacional a la que se dirija la imagen, se definirá qué colores son los más adecuados. El público-objetivo también es conocido como *target*, palabra que en inglés designa la franja de población a la que va dirigida un producto.

LA ILUMINACIÓN

Puede transmitir significados en dos niveles. El primero se refiere al tipo de iluminación que elige el autor para el contenido de la imagen y se utiliza para imágenes bidimensionales, estáticas y en movimiento. El segundo nivel se refiere a la iluminación de un objeto desde su exterior, utilizada en los productos tridimensionales.

En ambos casos, los criterios de selección son los siguientes:

- Tipo de fuente: Que puede ser natural, si es que es producida por rayos solares, velas u otras fuentes de llama, o artificial, producida por dispositivos eléctricos como focos o neones. La luz artificial se relaciona con lo interior y la ciudad, lo urbano, mientras que la luz natural hace referencia a la naturaleza y el exterior. Además, los cambios de luz en las horas del día emiten connotaciones específicas; un ejemplo es la luz del amanecer y del atardecer, que ofrece momentos “mágicos” y románticos.
- Cantidad de luz: Se puede elegir entre las claves altas, que dan gran cantidad de luz a la imagen y transmiten seguridad gracias a un efecto psicológico: cuando el ser humano ve claramente, se siente seguro; y las claves bajas, que transmiten muy poca luz a la imagen.

- Temperatura: También la luz tiene temperatura; cuando es caliente y anaranjada transmite protección y relajación. Por el contrario, cuando es de tono azulado, connota frialdad y soledad.
- Orientación: Puede ser a favor de la lectura, de izquierda a derecha, lo que provoca sensaciones positivas. También puede estar dirigida de arriba hacia abajo, en *picado*, que es como se distribuye la luz del sol. Por último, en *contrapicado*, dirigida de abajo hacia arriba.

LA TEXTURA

Los fotógrafos y artistas conocen la importancia de esta herramienta que permite elegir el soporte y la construcción de la imagen. Se puede definir a la textura como el material del cual está formada la representación visual.

Esta herramienta se trabaja desde dos puntos de vista: la textura del soporte y la textura de los materiales que se aplican sobre el soporte. En el caso de una fotografía de prensa, el primer tipo sería el papel periódico de determinado gramaje sobre el cual está impresa, mientras que el segundo tipo de textura son las diferentes tintas que se utilizaron para imprimirla, que una vez secas, tienen cualidades específicas.

María Acaso afirma que existen dos sistemas principales de representación de la textura: la real y la simulada. En la primera, la información que se percibe mediante la vista también es percibida mediante el tacto: cuando se toca a una persona, se siente su cabello y su piel. Sin embargo, cuando se toca la fotografía de esa persona, solo se sentirá el papel; ésta es una representación simulada. Existe un tercer tipo de textura que recibe el nombre de ficticia, que engaña al espectador, pues le hace creer que el producto visual es de una calidad, cuando en realidad es de otra. Esta textura se ve comúnmente

en publicidad, en donde sustituyen materiales como la piedra, la tela o la madera por el plástico.

Todas las herramientas que se han explicado en este apartado permiten un análisis profundo de la imagen y de cómo construir sus denotaciones y connotaciones. Se pueden nombrar algunas reglas que permiten manejar este material de distintas maneras para que el fotógrafo consiga su objetivo de informar clara y verdaderamente. A continuación, se presenta un resumen de las reglas más importantes.

Elementos de composición de la imagen

En Internet es famoso el blog de fotografía dZoom, donde José Luis Rodríguez publicó en 2006 “las 13 Reglas de Composición Fotográfica Fundamentales que Deberías Conocer”³³ y que reúnen varias características necesarias en la imagen:

1. **Identificar el centro de interés:** Antes de disparar, se debe determinar sobre qué va a ser la fotografía. Ésta es la regla más importante, pues permite dejar de lado otros elementos que pueden distraer al público del centro de interés. A pesar de su nombre, el elemento principal no debe ir necesariamente al centro ni debe ocupar la mayor cantidad de espacio, simplemente debe ser establecido de forma que sobresalga (Véase actantes en la imagen).

³³<http://www.dzoom.org.es>

2. **Rellenar el encuadre:** Es un error bastante común el querer introducir la mayor cantidad de elementos en una sola fotografía. Sin embargo, lo fundamental es intentar que el centro de interés ocupe la mayor cantidad de espacio posible y, si existen dudas sobre si dejar un objeto o no dentro de la imagen, es mejor no tomarlo en cuenta.

3. **Apoyarse en las líneas:** Las líneas son necesarias en la fotografía porque dirigen la mirada del espectador hacia el centro de atención. Pueden ser líneas horizontales, verticales o convergentes, pero éstas últimas son las más útiles pues crean la sensación de profundidad.

4. **Trabajar el flujo:** Implica justamente usar las líneas para crear un movimiento imaginario en la imagen, o la ausencia del mismo si se desea. No necesariamente tienen que ser obvias, como las líneas de un edificio que se dirigen hacia el cielo; un equilibrio cuidadoso de objetos estáticos y dinámicos puede ayudar a crear esta sensación en el espectador.

5. **Jugar con la dirección:** Es similar a trabajar el flujo, pues también se modifica el movimiento en la fotografía, pero solo utilizando elementos representativos. Por ejemplo, mostrar solo la parte delantera de un auto que va por la calle, o la imagen de una persona cruzando por una esquina. En la fotografía ninguno de los dos ejemplos se mueve, pero la mente humana recrea la acción y el espectador sabe que existe un movimiento. Mostrar elementos con una dirección provoca esa reacción.

6. **Los elementos repetidos:** Muchas veces exponer varios elementos juntos permite demostrar claramente el efecto de distancia entre ellos; puede también añadir información sobre la dirección de la fotografía y mostrar simbolismos, como la unidad o el compañerismo.
7. **Los colores y sus significados:** Existe mucha literatura sobre la psicología del color y saber utilizarla a nuestro favor en la fotografía puede traer resultados interesantes para el espectador. Hay dos grandes grupos de colores: los cálidos (rojos naranjas y amarillos) y los fríos (azules, verdes y violetas). En numerosos estudios se ha comprobado que los colores afectan el estado de ánimo del ser humano y que su uso puede variar sus reacciones ante ciertos estímulos. En una investigación realizada en 2007 a 81 estudiantes de los sextos cursos de bachillerato del Colegio Cardenal Spellman Femenino de Quito³⁴ se comprobó las siguientes asociaciones a los colores:
- a. **Blanco:** Inocencia, paz, pureza, calma, divinidad
 - b. **Negro:** Seriedad, nobleza, tristeza, sofisticación, elegancia y poder
 - c. **Gris:** Respeto, aburrimiento, desconsuelo, vejez, pasado, desánimo, tristeza
 - d. **Amarillo:** Alegría, placer, calidez, brillo (En algunas publicaciones, se lo relaciona con el deseo de liberación).
 - e. **Rojo:** Extroversión, pasión, calor, sangre, alegría, fuerza, destrucción, impulso
 - f. **Naranja:** Precaución, fiesta, regocijo, alegría, estimulación del apetito

³⁴ Salvador, Calle, Bassante, Lorena, Lucía, Valeria, "El Color influye en el Estado de Ánimo", Disertación de grado, Quito, 2007.

- g. **Azul**: Frialdad, calma, fidelidad, amistad, sabiduría, tranquilidad (suele ser asociado con la inmortalidad).
- h. **Violeta**: Ausencia de tensión, autocontrol, dignidad, riqueza y muerte
- i. **Verde**: Frescura, equilibrio, juicio, esperanza, caridad, lógica y juventud
- j. **Café o marrón**: masculinidad, severidad, monotonía, trabajo y seriedad
- k. **Rosado**: ingenuidad, bondad, exuberancia, ternura, ausencia de mal
- l. **Púrpura**: Riqueza, realeza, inteligencia, santidad

En materia de colores hay que prestar atención también al **contraste**. El contraste se define como la diferencia de luminosidad entre las partes más claras y más oscuras de la foto.

- 8. **Interés de los grupos de tres**: En la fotografía suele funcionar el equilibrio de tres elementos, especialmente para resaltar el centro de interés. Un elemento puede quedar muy solitario; dos, demasiado equilibrado y cuatro, abrumarían al espectador. Sin embargo, esta regla no es aplicable al 100% porque depende de las circunstancias en las que se desenvuelva lo que se va a fotografiar.
- 9. **La regla de los tercios**: Implica dibujar una cuadrícula imaginaria frente a lo que se va a fotografiar para que resalten los puntos de interés. Sirve para equilibrar la imagen y sincronizar la atención al elemento principal de la misma. La mayoría de cámaras permiten la aplicación de la cuadrícula en la pantalla para facilitar la acción.

10. **El espacio negativo:** Para tener un espacio negativo en la fotografía se debe dejar al objeto aislado en medio de un gran espacio vacío, sea negro o blanco. En el arte puede llevar consigo muchos simbolismos; sin embargo, no es recomendable usar esta técnica en fotoperiodismo, pues lo que se intenta es aportar con la mayor cantidad posible de información al lector y rara vez se logrará ese objetivo con un solo elemento en la imagen.

11. **Trabajar las tres dimensiones:** Tomar en cuenta esta regla permitirá que la fotografía exponga solo lo necesario y no abrume al espectador con objetos superfluos. Una gran herramienta para trabajar las dimensiones es el diafragma de la cámara, que dependiendo de cuán abierto esté, permitirá obtener un fondo más nítido o más opaco, según busque el periodista.

12. **El enmarcado natural:** La utilización de ciertos elementos para que encierren al centro de interés evitará que el espectador se confunda en cuanto a identificar la información que se le está dando en la imagen.

13. **Las curvas en S:** Son elementos importantes al momento de dar movimiento a la fotografía. Caminos, carreteras, senderos pueden ayudar a crear esta sensación y, además, colaboran a llevar la mirada del lector hacia el centro de interés.

Retórica en la imagen

Toda imagen es en alguna medida alusiva y sugestiva y esta característica común puede apreciarse de mejor manera en las imágenes que son el resultado de un artificio o

elemento retórico, más aún si responden a intenciones concretamente provocadas por el fotógrafo.³⁵ Suelen ser conocidas las siguientes figuras básicas de la retórica visual³⁶:

SUSTITUCIÓN	COMPARACIÓN	ADJUNCIÓN	SUPRESIÓN
Metáfora	Oposición	Repetición	Elipsis
Alegoría	Paralelismo	Epanadiplosis	Sinécdoque
Metonimia	Gradación	Hipérbole	
Calambur		Préstamo	
Prosopopeya			

Cuadro # 2. Figuras retóricas en la imagen.

De las figuras más comunes en la fotografía cabe destacar algunas, como la *hipérbole*, que es uno de los recursos más frecuentemente usados para impactar a la gente y se detecta fácilmente en las fotografías que conllevan violencia, sensacionalismo y sexo.

Otras veces las imágenes pueden ser *metáforas*, cuando se quiere expresar con ellas comparaciones. Se usa la *sinécdoque* cuando se exhibe un aspecto parcial que evoca la idea del todo correspondiente y también existe la *metonimia*, imágenes simbólicas que traen consigo representaciones características. Por último, los elementos retóricos más vistos son los del grupo de la *sustitución*, mediante los cuales se reemplaza un signo visual por otro parecido.³⁷

³⁵ Blazquez, Niceto, *“Ética y Medios de Comunicación”*, España, Biblioteca de Autores Cristianos, 1994.

³⁶ Acaso, María, Op.

³⁷ Blazquez, Niceto, Op.

Todos estos recursos que pueden estar presentes en una fotografía tienen una capacidad altamente persuasiva, por más que para mucha gente resulten imperceptibles debido a su creciente grado de sofisticación tecnológica. Por esta razón, su utilización no suele ser recomendada en la prensa escrita; sin embargo, se ha podido detectar un aumento de su práctica, a pesar de las lógicas implicaciones no éticas.

Relación imagen y texto

Dicho ya que las fotografías son un tipo de lenguaje, se entiende que una imagen es un texto visual. Erróneamente se ha considerado que el texto visual excluye al lenguaje verbal, dado que casi siempre están acompañados: comentarios escritos u orales, títulos, leyendas, artículos periodísticos, globos de diálogo, slogans, entre otros. Jean – Luc Godard dijo: *“La palabra y la imagen funcionan de la misma manera que la mesa y la silla: para sentarse a la mesa, hacen falta las dos”*³⁸ y justamente en esas condiciones de complementariedad es que se deben analizar ambos lenguajes. Además, es necesario recordar que una imagen es juzgada como verdadera o falsa no solo por lo que representa, sino por lo que se nos ha dicho o escrito de ella.

Roland Barthes describe una forma de interacción imagen/texto en la cual éste indicará el “buen nivel de lectura” de la imagen³⁹, a pesar de que ambos desarrollan discursos temáticos distintos, como dice Vilches.⁴⁰ La total comprensión de un mensaje visual dependerá de este complemento entre los discursos que, junto con la competencia del lector, permiten que las connotaciones sean entendidas.

³⁸Joly, Martine, Op.

³⁹Joly, Martine, Op.

⁴⁰Vilches, Lorenzo, Op.

2.3 Ética en el Fotoperiodismo

*“Las imágenes audiovisuales constituyen hoy en día un poder de seducción indiscutible. Las imágenes visuales tienden a sustituir por completo a los conceptos inteligibles. Se dispensa más importancia a lo que se ve por los ojos que a lo que se pueda entender mediante la inteligencia. La representación y la apariencia sustituyen a la comprensión del ser”.*⁴¹ Esta seducción de la que habla Niceto Blazquez ha permitido que se desdibujen las fronteras morales de la información. El mundo de la fotografía también se ha visto afectado por este fenómeno, posiblemente más aún que cualquier otro medio. La fotografía ha propiciado una configuración especial del mundo externo, ha brindado nuevas posibilidades para la especulación y ha desarrollado la capacidad de pensamiento de quienes se benefician de sus utilidades. Es por esto que es tan fácil acercarse al límite de la realidad: si una imagen muestra un suceso, la mayoría de la gente con conocimientos comunes creerá en la veracidad de ese suceso.

Es cierto que el periodista debe manejar una fotografía con ética profesional, pero Blazquez afirma que la misma imagen conlleva en sí problemas éticos de fondo por su referencia a la realidad. Él dice que nuestro cerebro entiende que la imagen óptica que recibimos mediante nuestro aparato visual es cierta, pero en su base no lo es porque no refleja la auténtica realidad. Por ende, una fotografía demuestra una realidad limitada por el mismo fotógrafo y, además, cuando la foto es el resultado de un proceso tecnológico, el problema se agudiza.⁴² Todo esto debe ser tomado en cuenta por los medios; cuando existe una concientización de estas características de la imagen, la aplicación de la ética se vuelve inconsciente, casi una actividad mecánica que no requiere de una decisión difícil.

⁴¹ Blazquez, Niceto, Op.

⁴² Blazquez, Niceto, Op.

A través de los años, los expertos en comunicación han debatido extensamente en cuanto a las funciones de la imagen, especialmente de aquella que cumple un papel representativo en la prensa escrita. Muchos creen en la capacidad de enseñar que lleva casi indiscutiblemente un medio de comunicación y al ser la fotografía un lenguaje completo, no se puede esperar que ésta no eduque también. Las opiniones son divergentes; sin embargo, existe una premisa que es casi imposible de refutar: los productores y emisores técnicos logran imponer de forma gratificante sus formas de entender la vida a la audiencia, sus ideas, intereses lucrativos y sus estilos de existir en el mundo. Para poder descubrir la manera en la cual el mensaje llega al público, habría que desarrollar un amplio estudio de mercado, en donde se clasifiquen grupos específicos de personas, tomando en cuenta su nivel económico, educativo y social. Aun así, no está alejado de la realidad el considerar que la condición representativa inherente a toda imagen puede empañar y hasta falsificar cualquier visión correcta de lo auténticamente real y humanamente valioso, aún más una imagen incorrectamente enfocada o manipulada.⁴³

El sensacionalismo como satisfacción

Pertenecemos a un mundo que cuando descubrió las ventajas de la fotografía, se convirtió en un consumidor voraz de imágenes. A partir de ese momento, se pretendió fotografiar todo, aunque muchos se percataron de las posibilidades de engaño en esta destreza. La prensa escrita constituyó la fotografía como un elemento vital de sus páginas y hoy en día casi nadie puede atribuir los mismos valores de un periódico con imágenes a uno que no las tenga.

⁴³ Blazquez, Niceto, Op.

La primera etapa de la fotografía se caracterizó por su condición artesanal; superada la era del daguerrotipo y sus dificultades de producción, surgió la figura del fotógrafo como un aventurero que se introducía en lo más profundo de las personas y su entorno para documentar todo y así satisfacer la necesidad de los ojos y la imaginación, registrar datos y testimoniar visiblemente cada instante de la vida humana. El reportaje fotográfico apareció así, gracias a la exigencia de la gente de conocer su entorno e informarse acerca del de los otros.⁴⁴

Cuando los periodistas intentan cumplir con este pedido, se ven envueltos entre dos necesidades importantes: la de la sociedad misma, que debe recibir información sobre el mundo, y la que los medios crean, la que pide conocer hasta los aspectos más sórdidos de la realidad. Ciertamente ésta última puede ser considerada como la que más vende; así es el caso de los periódicos sensacionalistas que, debido a que la mayoría en la sociedad encuentra "estimulante" observar crímenes, asesinatos, degradación de la mujer, violencia, entre otros temas, están constituidos con esta información. Este tipo de inclinación del ser humano está relacionado con problemas sociales y psicológicos más profundos, pero en vez de colaborar para encontrar soluciones a estos conflictos, los medios han contribuido a una campaña de sensacionalismo y han conseguido que sus ingresos aumenten gracias a la corrupción de los mensajes que transmiten. Si se contrasta esta afirmación con el hecho de que los medios de comunicación educan a la audiencia, se llega al resultado que demuestra que el público crea necesidades mayoritariamente de acuerdo a lo que reciben de dichos medios. He aquí el error: la implementación de estructuras informativas, como el sensacionalismo, para satisfacer los más sórdidos requerimientos humanos.

⁴⁴ Blazquez, Niceto, Op.

Sin embargo, no todos los comunicadores tienen la misma opinión. Henry Holguín, periodista colombiano y editor general del diario ecuatoriano El Extra, dice: *“El sensacionalismo es gritar donde otros susurran, es teñir de rojo los titulares y publicar las fotos de los hechos sin censura, sin quitar ni poner. Es iluminar la noticia con detalles coloridos, pero sin salirse jamás de la realidad, pues es lo suficientemente rica como para tener que mentir”*.⁴⁵ A esta visión se contraponen la definición del periodista colombiano, Javier Darío Restrepo, que dice que al periodismo sensacionalista *“le interesa mostrar escenas de la vida privada, atizar el fuego del escándalo, alimentar el morbo con titulares llamativos y suscitar polémicas intrascendentes, pero no ejercer la actividad profesional con el objetivo de servir a la comunidad y de contribuir al bien común”*.⁴⁶ A pesar de que las imágenes sensacionalistas pueden o no ser modificadas tecnológicamente, la manipulación de la información no solo se refleja en estas alteraciones, sino también en el asegurar al público que lo que está viendo es la ÚNICA realidad y que todos los demás sucesos del mundo están bajo esta única visión. Niceto Blazquez responde a esto: *“Desde el momento en que se produce la fotografía con una finalidad informativa, cualquier maniobra sobre ella que conduzca a su falsificación me parece éticamente inaceptable”*.⁴⁷

La subjetividad de la imagen

Toda fotografía es subjetiva. Así lo afirma el catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Guillermo Echeverría, quien comenta que la imagen muestra lo que el fotógrafo quiere que muestre. A pesar de que la perfección técnica del medio amenaza

⁴⁵ González, Verónica, Curso de Doctorado de Comunicación y Periodismo, Universidad Técnica Particular de Loja, 2008.

⁴⁶ González, Verónica, Op.

⁴⁷ Blazquez, Niceto, Op.

con remplazar al creador (fotógrafo), como dice Niceto Blazquez, y que éste se guía por instrucciones elementales, la cámara fotográfica jamás podrá medir o manipular la intencionalidad con la que se toma una foto; siempre será el periodista el que dé el enfoque y establezca propósitos predefinidos.

El objetivo primordial de la imagen es transmitir un mensaje, pero no se limita a trabajar en función del espectador, sino también del experto. Es así como el proceso de hacer imágenes acerca al fotógrafo a la gente, ayuda a que profundice en emociones escondidas personales, en opiniones guardadas y en sentimientos enterrados. Más aún la fotografía de prensa, la cual lleva al periodista a crear un vínculo fuerte entre él y la realidad; le obliga a poner los pies sobre la tierra y a entender el significado de las cosas, lo que le permite crear una valoración y un punto de vista personal, que si no es manejado éticamente, puede alterar el sentido de la foto. Sin embargo, es un error considerar que los destinatarios deben ser colectivamente igualados y que están en la capacidad y en la obligación de interpretar el mensaje de la misma manera en la que lo hace el periodista. Ciertamente, esto tiene muchas posibilidades de ocurrir, pero tal vez no lo haga por las claras diferencias entre el emisor y el receptor. Por ejemplo, los niños. Ellos forman parte de un grupo con el que se debe manejar adecuadamente la transmisión y distribución de imágenes. Desde pequeños ellos ven todo en dibujos y fotografías, tanto así que en la mayoría de los casos están más en contacto con ellos que con la realidad, y cuando son expuestos brutalmente ante ella al pasar de los años, las reacciones no siempre son positivas.⁴⁸ Es verdad que es deber principal de los padres, y no de los periodistas, manejar con responsabilidad la información que llega a sus hijos y cómo la explican, pero para esto deben entender el mensaje ellos primero y, si las interpretaciones no son reales, serán transmitidas incorrectamente a la siguiente generación. Los medios de

⁴⁸ Blazquez, Niceto, Op.

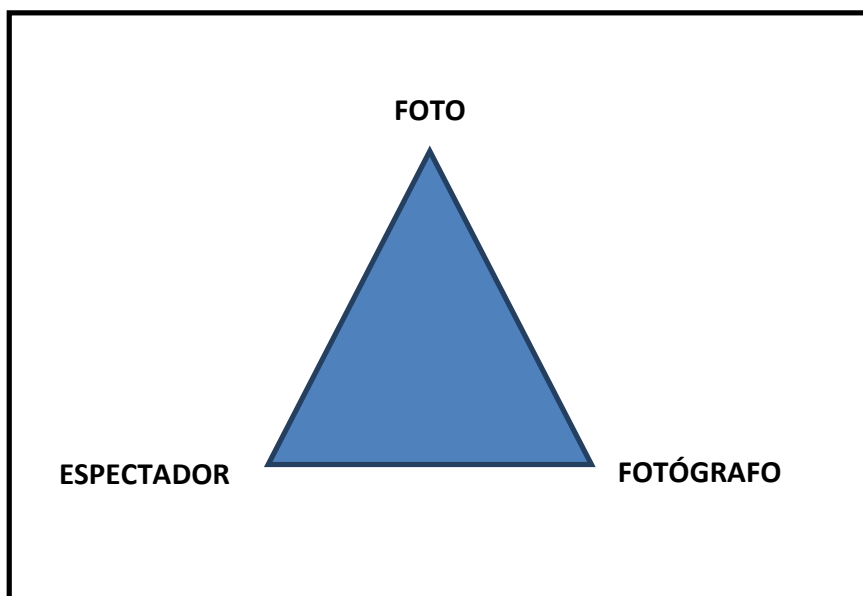
comunicación tienen en sus manos la posibilidad de colaborar con esta tarea al mostrar imágenes verdaderas, sin necesidad de aumentar el morbo, exactas y acordes a los sucesos que quieren transmitir al público.

Cuando la fotografía es analizada en su fase inicial, es decir cuando es percibida por el fotógrafo y éste se dispone a capturarla, se puede afirmar que pone en evidencia la objetividad cruda de las cosas, como aseguran Blazquez y otros expertos, pero en sí este proceso exige que el periodista se aleje de su imparcialidad, pues lo acerca inevitablemente a la noticia, más que a cualquier otro, y es aquí donde reside el límite entre lo ético y lo no ético. El fotógrafo de prensa siempre estará más expuesto a este riesgo y es por eso que se debe prestar atención a la importancia de conocer y aplicar minuciosamente las técnicas básicas de fotoperiodismo, pues esto puede ayudarle a no errar. Si el fotógrafo se apoyara inmediatamente en dichas técnicas, y no en la imaginación y el sentimiento, no habría tanta dificultad para asimilar y aplicar la ética periodística y se podrían producir más fotos de excelente calidad y que verdaderamente complementen la noticia.

Errores más comunes

Guillermo Echeverría insiste en que debe existir una relación dinámica entre la foto, el espectador y el fotógrafo, de tal forma que cada elemento sea el vértice de un triángulo; el uno sostiene al otro. El conocimiento general afirma que el espectador es el punto de atracción, pues sin su presencia la imagen no tendría razón de ser. A pesar de esto, son el fotógrafo y el espectador quienes se benefician de alguna manera con la foto y para que esto suceda, la imagen debe pasar por un proceso, desde su captura hasta el

resultado final. El espectador es un elemento fundamental en este triángulo, pero él solo se interesa por la imagen en sí; no desea conocer el origen o sus símbolos, tampoco lo que realmente significa o la intención de quienes la suministran. Es decir que el público tiene una participación activa en este proceso porque son los receptores del producto final, pero desde el principio solo se comportan sumisamente y consumen.⁴⁹ Como consecuencia, los errores más comunes en la transmisión de mensajes dependerán del fotógrafo y de los periodistas en sí y la responsabilidad de la creación de imágenes inadecuadas o sensacionalistas no recaerá en la audiencia que está viendo satisfecha su supuesta necesidad, sino sobre el periodista que fomenta directamente la aparición de dicha necesidad.



Cuadro # 3. **Relación de los elementos en la fotografía**

Dentro de este tema, Echeverría encuentra la principal falla, en que el fotógrafo podría no conseguir que la foto sea un lenguaje y las causas de esto van desde la distracción

⁴⁹ Blazquez, Niceto, Op.

momentánea hasta el desconocimiento. Un fotógrafo debe equilibrar la preparación teórica y práctica para reunir la cantidad suficiente de técnica; además, es un requisito fundamental el aprendizaje constante, que evitaría la desactualización y, por ende, la pérdida de la eficacia. Hacer una imagen que se constituya como lenguaje para la difusión de un mensaje específico no es sencillo; a pesar de que el fotógrafo de prensa no suele conformarse solamente con reproducir o retratar objetos y personas, es muy común que en el afán de no estancarse en esta actitud él trate de producir efectos que conmuevan de alguna u otra manera al espectador, sea por motivos artísticos o simplemente técnicos.⁵⁰ Sin embargo, modificar la imagen con estos propósitos puede provocar que se deje de lado la esencia de la misma y el hecho de tener la intención de afectar de cierta manera al observador implica ya una actividad no ética, porque se está transmitiendo un mensaje falso, incompleto o muy cargado de información. Sobra decir que las fotografías alteradas con propósitos personales o de lucro son éticamente no aceptables.

Pero, ¿cuál es la clave precisa para evitar caer en la mentira? ¿Cuál es la frontera que separa la ética de la estética? Guillermo Echeverría, como experimentado fotógrafo y profesor, desmiente el mito común de que ambos conceptos deben alejarse el uno del otro; es más, la ética va de la mano de la estética. Ninguno de los dos extremos es el mejor, porque generaría una imagen incompleta y desproporcionada. La aplicación de las técnicas debe ser tan acertada que cuide tanto la forma, como el lenguaje de una fotografía. La forma atrae al espectador, muestra lo necesario en la primera mirada y deja para después las interpretaciones posteriores. Mientras que el lenguaje conlleva todas esas interpretaciones, todos los puntos de vista y los significados. Ambos son importantes y se producen por leyes naturales, como afirma Niceto Blazquez, junto con el marco mecánico mediatizador y condicionante, que es la cámara, y el fotógrafo, que mecaniza

⁵⁰ Blazquez, Niceto, Op.

las imágenes.⁵¹ Pero cualquier manipulación estética lleva consigo el riesgo de la manipulación mental para el espectador. Dado este caso, no sería la fotografía la que mienta, sino el fotógrafo y muchas veces los contenidos de estas imágenes reflejan experiencias e ideas perturbadoras de la conciencia ética del emisor.

Ley de Comunicación en Ecuador

Es de conocimiento público que nuestro país busca implementar una nueva ley que permita la regulación de los medios de comunicación ecuatorianos y de la información que emiten y que obligue a respetar los derechos que tengan relación con este campo. A pesar del sin número de debates y conversaciones que se ha tenido al respecto, las propuestas de leyes han sido calificadas como incompletas o improbables, por lo que el proceso está demorando demasiado tiempo.

Dentro de una sociedad aparentemente democrática, donde los derechos y responsabilidades de cada ciudadano están completamente claros en su Constitución, parece justo que se reclame por mensajes informativos de veracidad comprobada, ya que dicha sociedad transcurre cada día junto con los hechos que puede analizar a través de los medios de comunicación. Tanta dependencia implica en los mismos un compromiso social como ningún otro y obliga a atenerse a la ética profesional y moral.

CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, ha propuesto 10 puntos para que sean incluidos dentro de la nueva Ley y así lograr una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, como se establece en la Constitución de la República.⁵² Sin embargo, es sorprendente observar

⁵¹ Blazquez, Niceto, Op.

⁵² www.ciespal.net

que dichos puntos no se refieren a la fotografía de prensa como un medio de comunicación importante y señalan varios aspectos relacionados solamente con televisión, radio e Internet. Dentro de lo expuesto por CIESPAL, cabe recalcar tres puntos que deben ser tomados en cuenta de manera preferencial dentro de la Ley, pues ya se ha expuesto la importancia del efecto de una representación visual en la audiencia. Dichos puntos son:

1. **Libertad de expresión:** Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir, producir y difundir información e ideas de todo tipo sin fronteras, por cualquier medio, sin censura previa y con responsabilidad ulterior.
2. **Información verificada y plural:** El control que garantizará que cualquier persona pueda recibir información verificada y plural a través de todos los medios de comunicación. No es imposible que se aplique el mismo control en el campo de la fotografía de prensa.
3. **Derecho a la rectificación:** La garantía de que cualquier persona, en forma individual o colectiva, pueda rectificar por el mismo medio que haya emitido información agravante u ofensiva en su contra. Para esto, se debería disponer a una persona responsable, que no cuente con ningún tipo de inmunidad. Imágenes como las que se publican en periódicos amarillistas, sensacionalistas o de crónica roja evidentemente deben tener un control riguroso que haga respetar el derecho a la privacidad con el que las personas cuentan.

Capítulo 3: Importancia del Análisis de la Imagen

3.1 Características de la imagen mediática

Martine Joly dice en su libro "Introducción al Análisis de la Imagen" que la fotografía mediática es *"la imagen invasora, la imagen omnipresente, la que se critica y la que al mismo tiempo forma parte de la vida cotidiana"*.⁵³ La fotografía, y más la de prensa, difiere de cualquier otro tipo de representación visual, pues tiene características más manipuladoras de la información, gracias a su gran alcance masivo. En otras palabras, tiene una audiencia fiel que confía en lo que ve en ella y en las palabras que la acompañan.

Usando estas peculiaridades, los medios de comunicación han conseguido transmitir información errónea o incompleta, que lamentablemente tiene alcances dañinos para el público lector, ya que ignoran la verdad de los sucesos que acontecen diariamente y forman ideologías equivocadas.

Por esta razón, es necesario que la guía propuesta demuestre las falencias dentro de la fotografía de prensa ecuatoriana a través de un análisis semiótico de fotografías escogidas de periódicos representativos del país y desglose cada elemento de las imágenes para recalcar las técnicas necesarias en el proceso de creación de representaciones visuales que verdaderamente cumplan con sus funciones y su responsabilidad social.

⁵³ Joly, Martine, *"Introducción al Análisis de la Imagen"*, Argentina, La marca editora, 2009.

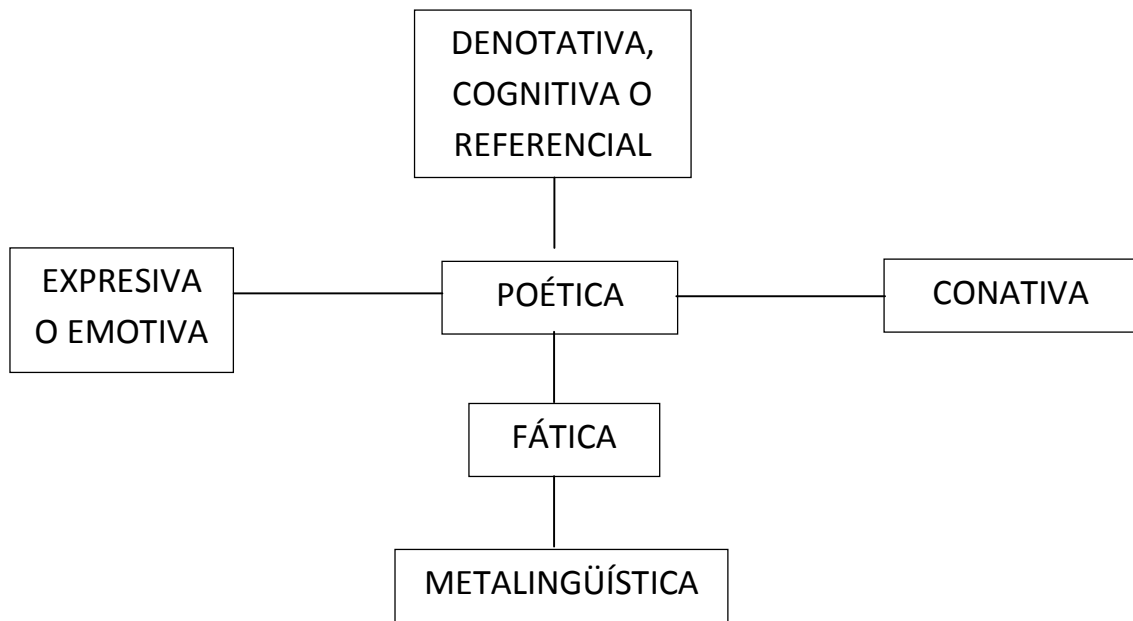
Objetivos del análisis de imágenes

Uno de los principales objetivos que se propone la guía en general y el análisis semiótico en particular es demostrar que la fotografía también es un lenguaje específico y heterogéneo. Además, busca distinguir las herramientas más importantes de este lenguaje y lo que puede significar su presencia y su ausencia.

El análisis de la fotografía de prensa ecuatoriana permitiría también comprender sus fundamentos e interpretaciones; incluso, verificar las causas del buen funcionamiento o, por el contrario, del mal funcionamiento de la imagen en nuestro país como recurso informativo.

Para poder cumplir con estos objetivos, se debe mencionar a Roman Jakobson, quien, al mismo tiempo que propone que el lenguaje tiene seis factores que lo complementan (emisor, mensaje, receptor, contexto, contacto y código), también cumple funciones específicas para el público y las personas que lo conforman. Lo que dice Jakobson es cada uno de los factores originan una función lingüística diferente, según a dónde se dirija el mensaje⁵⁴. Estas funciones son las siguientes:

⁵⁴Joly, Martine, Op.



Cuadro # 4. **Funciones del lenguaje.**

Los mensajes no suelen contener en ellos todas las funciones; habrá siempre una dominante, aunque pueda ser complementada con otras secundarias. En el caso de las fotografías de prensa, el primer lugar tiene la función referencial, que concentra el sentido del mensaje sobre eso que dice; a pesar de esto, ningún mensaje puede ser completamente denotativo, aunque lo pretenda, como el lenguaje periodístico. La segunda función que cumple la imagen de prensa es la expresiva o emotiva, que se centra sobre el emisor del mensaje y, por lo tanto, será más subjetiva. Un reportaje demuestra cierta realidad, pero también la sensibilidad y decisiones que tome el fotógrafo.⁵⁵

⁵⁵Joly, Martine, Op.

3.2 Método de análisis semiótico en la guía

“Todas las imágenes, todas las representaciones visuales, las que ya están hechas y las que están por venir, intentan hacernos cambiar nuestra visión del mundo, intentan convencernos de algo y acaban logrando su objetivo si nosotros no logramos captar cuál es la verdadera información que quieren transmitirnos. Ésta es la clave para entender el lenguaje visual; además de decir “¡Qué barbaridad lo que dice este artículo!” también diremos “¡Qué barbaridad lo que dice esta foto!”. ⁵⁶

María Acaso esclarece en su libro la función imprescindible de un análisis profundo de la imagen mediática, sobre todo en un país tan político, polémico y gobernado por los medios de comunicación como el nuestro. Efectivamente, la fotografía de prensa debe mostrar lo que está pasando de la manera más neutral; sin embargo, este conjunto de representaciones visuales tiene fines más complejos que el simple traspaso de información. Acaso afirma que son cosas distintas lo que la imagen transmite y lo que en verdad desea transmitir. Ella demuestra con un ejemplo su premisa: Las secuencias de los sucesos del 11 de septiembre de 2001 es uno de los momentos más importantes en la historia de la Humanidad. Las imágenes circularon por mucho tiempo en todos los medios de comunicación, pero fueron censuradas, pues no se permitió emitir fotografías o secuencias que mostraran cadáveres, con el objetivo de que no se contemple la vulnerabilidad de Estados Unidos. En su libro, ella hace una pregunta: ¿Se puede clasificar como informativa una imagen que omita deliberadamente una parte básica del mensaje? Lo que ocurrió en el 11-S es un modelo de la situación actual de las imágenes informativas: *“su verdadera función consiste en crear opinión pública”*⁵⁷ y Ecuador no está exento de este fenómeno mediático.

⁵⁶ Acaso María, Op.

⁵⁷ Acaso, María, Op.

Dentro de la guía propuesta, se desea incluir un análisis semiótico de imágenes escogidas en medio de situaciones importantes para el Ecuador, en representación de los periódicos antes señalados, como ya se mencionó. Después de que ya se ha estudiado en los capítulos anteriores qué es lenguaje visual, qué elementos lo componen, qué herramientas se pueden utilizar para formarlo y qué tipos de productos se construyen con él, se busca llegar a su mensaje a través de una mirada profunda que permita dejar de lado la información explícita, aquella que el espectador cree que está viendo, para alcanzar la implícita, la que el espectador recibe de verdad, a veces sin darse cuenta.

Para satisfacer este propósito, se ha escogido el método de análisis propuesto por María Acaso en su libro "El lenguaje visual", el cual será detallado a continuación.

El primer paso consiste en alargar el tiempo de contemplación de cada imagen para visualizar todos los elementos que la componen. Cuando se tenga claro su estructura, se procede a realizar el siguiente plan en cuatro pasos:

1. Clasificación del producto visual
2. Estudio del contenido del producto visual
3. Estudio de contexto
4. Enunciación de los mensajes

3.2.1 Primer paso: Clasificación del producto visual

Se deberá clasificar la imagen según las características físicas del soporte y, después, según su función o funciones. En la primera parte se procederá a identificar los elementos tangibles de la fotografía, su soporte físico y su lugar asignado dentro del periódico.

Mientras que en la segunda parte se requiere analizar qué tipo de periódico alberga a la imagen y que función ha pretendido darle a la misma.

3.2.2 Segundo paso: Estudio del contenido del producto visual

Este estudio se realizará a su vez en dos etapas: el análisis *preiconográfico* y el análisis *iconográfico* (términos acuñados por Panofsky⁵⁸) y se llevará a cabo un doble proceso, dividido en el análisis de los elementos de narración y el análisis de las herramientas visuales que se utilizaron para narrar.

3.2.2.1 Análisis preiconográfico

Elementos narrativos

Consiste en la determinación y enumeración de los elementos clave de la imagen (personas, objetos y hechos) que la componen, sin incluir ninguna afirmación valorativa ni ninguna referencia cultural. Esto implica identificar el discurso denotativo de los elementos del producto visual. Este análisis suele ser complicado debido a la fuerte carga referencial que se aplicará cuando se interprete la imagen.

Herramientas visuales

Son el tamaño, la forma, el color, la iluminación, la textura, la composición y la retórica, explicados debidamente en el capítulo 2 de esta disertación. Es necesario extraer la información denotativa que proyectan: medidas exactas, orientación, formas, los colores

⁵⁸ Acaso, María, Op.

que se encuentran en la imagen, el tipo de iluminación, la cantidad, la temperatura y el sentido de la luz, el soporte y los materiales que se aplican sobre éste. Este proceso es la descripción de la composición.

3.2.2.2 Análisis iconográfico

Consiste en valorar el bagaje cultural, los conocimientos y la creatividad del espectador para establecer los significados de todos los elementos anteriores. Este paso es el más complejo dentro del análisis propuesto, por lo que se debe realizar en tres etapas:

1. Establecimiento del *punctum*
2. Análisis iconográfico de la narración
3. Análisis iconográfico de las herramientas visuales

El *punctum* es el elemento más importante dentro de la fotografía y el objetivo de la primera etapa es identificarlo, puesto que éste llevara al analista del discurso denotativo al connotativo. Después, se requiere describir lo que transmite cada elemento de la imagen, una descripción individual. Por último, se realizará el mismo proceso con cada una de las herramientas del producto visual.

Para finalizar este paso, es necesario poner en relación todos los significados emitidos en las diferentes etapas para obtener un significado general. Aquí se deben identificar las figuras retóricas existentes y analizar el significado que de ellas se desprenda.

3.2.3 Tercer paso: Estudio del contexto

Este estudio se puede realizar en tres esferas: el contexto del emisor del mensaje visual, del lugar y del momento de creación o consumo.

Autor/ Autores

Se debe analizar el trayecto del fotógrafo, quien es el más cercano a la fotografía, y los motivos que lo llevaron a construir el producto visual. Ya que suele ser difícil saber quién es el autor, pues las agencias de prensa son, en la mayoría de los casos, las que distribuyen las imágenes, se recomienda omitir este paso. A menos que las fotografías sean de autoría ecuatoriana y se pueda entrevistar al fotógrafo, no tendrá validez el suponer o imaginar sus motivos.

Lugares

La variable geográfica se puede dividir a su vez en dos tipos: lugares de realización y lugares de consumo. En el primer caso, se deben estudiar las consecuencias que el lugar donde se tomó la fotografía puede emitir y, en el segundo caso, es fundamental analizar cómo el lugar desde dónde el espectador ve la fotografía puede afectar a los valores significativos.

Momentos

Es la fecha en que se creó la imagen y el contexto cultural que rodeó el momento: hechos históricos, políticos o sociales. Así como la variable espacial, la variable temporal se verá afectada por el momento de realización y el momento de consumo.

3.2.4 Cuarto paso: Enunciación

En este paso se deben establecer dos tipos de mensajes diferentes: el mensaje manifiesto y el latente. El primero es la información que el receptor considera que recibe, mientras que el segundo es la que realmente está recibiendo.

Cuadro de resumen del Plan de Comprensión de Fotografías de Prensa Ecuatoriana

1. <i>Primer paso:</i> Clasificación del producto visual
1.1 Clasificación del soporte
1.2 Clasificación por función
2. <i>Segundo paso:</i> Estudio del contenido
2.1 Análisis preiconográfico
- De los elementos narrativos
- De las herramientas del lenguaje visual
2.2 Análisis iconográfico
- Punctum
- De los elementos narrativos
- De las herramientas del lenguaje visual
2.3 Fundido
3. <i>Tercer paso:</i> Estudio de contexto
3.1 Autor/ Autores
3.2 Lugares

3.3 Momentos
4. <i>Cuarto paso:</i> Enunciación
4.1 Mensaje Manifiesto
4.2 Mensaje latente

Cuadro # 5. **Cuadro de resumen.**

Capítulo 4: Concepción de la guía como propuesta de la investigación

4.1 Concepto y funciones de la guía

La guía para el uso de la fotografía periodística, como recurso informativo, en prensa escrita es planteada como un manual de procedimientos, un documento de apoyo que pueda aportar las técnicas necesarias para cumplir con un fotoperiodismo ético y correcto en Ecuador y que presente un análisis semiótico de imágenes representativas dentro del contexto nacional para mejor comprensión de los errores que se pueden estar cometiendo, además de cómo mejorarlos. Las prácticas expuestas en la guía serán de carácter técnico, debidamente explicadas para el buen funcionamiento de esta rama del periodismo como soporte de la prensa escrita.

Su función principal es convertirse en una fuente formal y lo más permanente posible de información sobre fotografía de prensa ecuatoriana, ya que el tiempo perfecciona toda destreza y la modernizará de acuerdo a las circunstancias. Proporcionará una visión completa de las ocupaciones y responsabilidades del fotoperiodista, pero, sobretodo, de cómo opera un fotógrafo de manera ética y comprometida. Este manual propondrá el material necesario para afirmar una continuidad en la práctica adecuada de esta destreza y será un texto de orientación para profesores y estudiantes de Periodismo y Fotografía.

4.2 Objetivos de la guía

Un fotógrafo no solo se constituye con la experiencia, aunque ése es el elemento principal para hacer imágenes magníficas y útiles. Se requiere una guía teórica y no existe un manual completo que pueda dirigirse directamente al periodismo ecuatoriano, con todas sus particularidades, y que analice de manera profunda el fotoperiodismo en el país. Por

lo tanto, es necesario que los periodistas, independientemente del medio en el que trabajen, los profesores en el área de Comunicación y sus estudiantes cuenten con una guía fácil de entender y de aplicar sobre fotoperiodismo, con el fin de que se pueda reincorporar el valor de la composición de imágenes como recurso informativo.

El propósito de esta guía será reunir los conocimientos imprescindibles para hacer fotografía de prensa de calidad; una guía que logre motivar a los estudiantes y, ¿por qué no?, a los profesionales de la cámara a evolucionar y retomar los valores y bases tan necesarios en cuanto a fotoperiodismo, los cuales han sido reemplazados por la búsqueda del aumento de ventas a cualquier precio.

4.3 Técnicas de desarrollo

Para iniciar con el proceso de creación de la guía es preciso establecer los parámetros básicos y organizar las actividades a realizarse. En primer lugar, se debe responder a las siguientes preguntas: ¿qué?, ¿cómo?, ¿para qué?, ¿cuándo?, ¿por qué?, ¿quiénes?, para determinar los pasos necesarios del proceso.

El siguiente cuadro de preguntas es una sugerencia de la REHUE, Equipo Interdisciplinario para la atención de la salud integral del adolescente, que desarrolló en el 2002 una guía para la presentación de proyectos de protagonismo juvenil, en Argentina.

QUÉ	Se quiere hacer	<i>Descripción del proyecto</i>
POR QUÉ	Se quiere hacer	<i>Fundamentación o justificación, razón de ser y origen del proyecto.</i>
PARA QUÉ	Se quiere hacer	<i>Objetivos, propósitos.</i>
CUÁNTO	Se quiere hacer	<i>Metas</i>

DÓNDE	Se quiere hacer	<i>Localización física (ubicación en el espacio)</i>
CÓMO	Se va a hacer	<i>Actividades y tareas. Métodos y técnicas.</i>
CUÁNDO	Se va a hacer	<i>Cronograma.</i>
A QUIÉNES	Va dirigido	<i>Destinatarios o beneficiarios.</i>
QUIÉNES	Lo van a hacer	<i>Recursos humanos.</i>
CON QUÉ	Se va a hacer Se va a costear	<i>Recursos materiales Recursos financieros</i>

Cuadro #7. Organización mínima de información

¿Qué? Descripción del proyecto

La guía para el uso de la fotografía periodística, como recurso informativo, en prensa escrita es una propuesta completa y concreta para el buen empleo del fotoperiodismo, que contiene información necesaria sobre el desarrollo de esta rama de la comunicación a través de los tiempos. Además, presenta una investigación sobre el campo de la imagen como signo, como mensaje, como lenguaje y como medio y analiza las funciones y objetivos en la realización de una foto.

Por último, razona sobre el uso de la ética en este campo, qué significa tomarla en cuenta como prioridad al momento de salir a las calles y las consecuencias al no aplicarla.

¿Por qué? Razón de ser del proyecto

La inmediatez necesaria en el periodismo obliga a los comunicadores a la innovación constante y perpetua. A pesar de que este tema es imprescindible dentro de la comunicación, no existe un manual completo que pueda aplicarse directamente en el

periodismo ecuatoriano, con todas sus particularidades, como se ha dicho ya. Por lo tanto, es necesaria la concepción de una manual de este tipo.

¿Para qué? Objetivos del proyecto

El propósito de esta investigación es reunir las técnicas más útiles e imprescindibles para hacer fotografía de prensa de calidad, mientras se respetan las funciones básicas de la misma y se aplica la ética fundamental.

¿Cuánto? Metas del proyecto

Conseguir principalmente actualizar el conocimiento fotoperiodístico que se maneja desde la última década en el país; analizarlo y presentar las herramientas básicas para perfeccionarlo.

¿Dónde? Lugar del proyecto

La investigación se llevaría a cabo en los periódicos más importantes del Ecuador, los cuales ya han sido señalados con anterioridad.

¿Cómo? Actividades y técnicas

El propósito de la guía se llevaría a cabo satisfactoriamente a través de entrevistas a reconocidos fotógrafos ecuatorianos y profesores de fotografía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad Central del Ecuador, visitas a las instalaciones de

los periódicos, conversaciones con los editores gráficos y acompañamiento en el transcurso del desarrollo de las fotografías.

Al mismo tiempo, se realizaría una búsqueda de textos especializados en fotoperiodismo alrededor del mundo de las bibliotecas de las universidades mencionadas en el párrafo anterior, además de la perteneciente a la Universidad Simón Bolívar, y las hemerotecas de la PUCE y Diario El Comercio.

¿Cuándo? Cronograma de actividades

Para realizar el calendario o cronograma del proyecto existen diferentes técnicas gráficas de apoyo a la programación que permiten distribuir en el tiempo las distintas actividades y hacen posible una captación rápida y global de la secuencias de las actividades. Es imprescindible que el cronograma contenga detalladamente todo lo que se necesite recordar, el día en el que se va a realizar y el tiempo que se requerirá.⁵⁹

El más simple y conocido es el diagrama de avance o diagrama de Gantt. Consiste en una matriz de doble entrada, en la que se anotan los meses y semanas en las líneas superiores y las actividades en la columna lateral izquierda.

A continuación, un ejemplo detallado de cómo dividir el diagrama en fases y semanas:

⁵⁹ Mahillo, Javier, "¿Sabes estudiar?", España, Espasa Calpe S.A., 2001

DIAGRAMA DE GANTT

Secuencia de la elaboración de los Manuales de procedimientos para empresa XX

Nº	Actividades	MAYO																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
1	Recolección de datos de la empresa	■																																
2	Primera Visita a la empresa					■	■	■																										
3	Entrevistas a funcionarios y Gerente					■	■	■	■																									
4	Análisis del relevamiento de datos								■																									
5	2ª Visita a la empresa, entrevistas complementarias										■	■	■	■	■																			
6	Inicio de Elaboración del Manual de Funciones																																	
7	Determinación de los procedimientos																																	
8	Elaborar de los Fluxogramas																																	
9	Finalización de los Manuales																																	
10	Corrección de errores																																	
11	Implementación de los Nuevos Procedimientos																																	
12	Retroalimentación																																	

Cuadro #8. Diagrama de Gantt

www.negocioaz.com

Es elemental establecer un cuadro general y otros para cada mes que especifiquen la duración de cada actividad de forma realista y los materiales fundamentales a utilizarse.

¿A quiénes? Destinatarios o beneficiarios

Esta guía será útil para periodistas en general, fotógrafos de prensa en particular, profesores y estudiantes de Comunicación y Fotografía.

¿Quiénes? Autores

En este apartado se especificará a cada autor de la guía junto con su función y responsabilidades en el proyecto.

¿Con qué? Recursos materiales

Para la realización, se requerirá un investigador general que se ocupe de la bibliografía, un entrevistador, un escritor, un fotógrafo y un editor general.

Algunos materiales necesarios son: un computador, una grabadora de mano y una libreta de notas.

Es imprescindible tener claro qué se necesita para el desarrollo del manual; de esta manera, se podrá determinar un presupuesto más exacto y se evitarán los retrasos en el cronograma por carencia de material.

Fase de investigación

Para llevar a cabo la investigación correspondiente a la creación de esta guía es importante planear las acciones pertinentes con respecto a las etapas de identificación de fuentes, captación de datos y diseño del manual donde se consignent todos los elementos que conformarán el manual.

Dentro de este tema, la definición de métodos de investigación debe ser exacta y real para, según esto, establecer el cronograma de actividades. La visita guiada, la observación directa, la lectura documental, la entrevista abierta o dirigida y el análisis de imágenes son algunas de las principales fuentes que resultan ventajosas en este tipo de estudio. Se recomienda la entrevista abierta, en la cual se puede obtener una gran capacidad de descripción. El diseño y la aplicación de medios y materiales de apoyo tales como: la encuesta, la guía de entrevista o de observación, los cuestionarios, las fichas de información, los cuadros de fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas (FODA), además del muestreo estadístico y las mesas redondas son también métodos eficaces

para recolectar datos. A pesar del grado de dificultad que implica reunir a varios fotógrafos para una mesa redonda o una conferencia, la investigación tendrá mejores resultados por la exactitud de los detalles informativos si se toma en cuenta estas actividades.

Al final, cuando se tiene todo el material necesario, es imprescindible establecer un sistema de clasificación de datos para poder estructurar la guía. Para esto será fundamental experimentar fases de depuración, actualización y modificación y así asegurar información puntual y práctica.⁶⁰

Fase de análisis

Esta fase “es una categoría metodológica que permite estudiar y distinguir las partes de un todo (institucional, unidad responsable, etc.), además de identificar y conocer los **principios** (sustancia y esencia), los **elementos** (atribuciones, estructura, funciones, procesos, recursos e interacciones) y los **finés** (objetivos, metas y resultados), de su composición, y contar así con las bases y los conocimientos necesarios para actuar, en su caso, sobre sus propiedades y características, e influir en su integración, transformación, funcionamiento u operación”.⁶¹

Con la aplicación de esta fase, se conseguirá obtener recomendaciones y conclusiones sobre la investigación realizada. La importancia radica en que es aquí cuando verdaderamente se escribe la guía, con todo el estudio realizado y las disoluciones, resultados, experiencias y derivaciones precisas para articular el manual. En esta categoría se examinarán características esenciales del fotoperiodista y la fotografía de

⁶⁰ *Guía para la elaboración de manuales de procedimientos*, Gobierno de Sonora, México.

<http://www.cgeson.gob.mx>

⁶¹Op.

prensa, elementos vitales y hechos representativos del funcionamiento de este departamento del periodismo.

La Guía para la elaboración de manuales de procedimientos del Gobierno de Sonora, en México propone las siguientes etapas para la adecuada aplicación de esta fase, que puede ser adaptada a esta investigación:

Primera. El estudio de los antecedentes para conocer el principio y la evolución tanto de la destreza, como del funcionamiento de la unidad responsable, los fotógrafos y los editores gráficos, y verificar la validez o procedencia de la manera en que se realizan una o varias actividades, con el fin de comprender la situación vigente de la prensa escrita ecuatoriana y posibilitar las acciones de mejora continua e innovación.

Segunda. La revisión de la situación actual de la destreza y de sus unidades responsables para conocer la articulación y correspondencia de atribuciones de la fotografía, sus objetivos, estructuras orgánicas, normas y políticas de los medios de comunicación y del país en general, competencias, funciones, actividades, procedimientos, operaciones, puestos y plazas. Adicionalmente, se debe conocer la situación vigente de los periódicos, las cargas de trabajo de los fotoperiodistas, la comunicación y coordinación entre los editores gráficos, los redactores y ellos, el ambiente de trabajo y las relaciones del personal.

Tercera. El análisis de la información existente para responder a las preguntas siguientes:

¿Qué actividad u operaciones se realizan para hacer fotografía de prensa? Con alusión a la naturaleza y los fines de la función de la cual se desprenden las actividades susceptibles de realizar, actualizar, redimensionar o suspender.

¿Para qué? Finalidad de las actividades, operaciones y de los resultados de la ejecución de una fotografía.

¿Quién (es)? Descripción de los puestos responsables del desarrollo de las actividades: fotógrafos, editores y diseñadores gráficos.

¿Cómo se realiza? Explicación del método de trabajo y del uso de los instrumentos, equipos, espacios y materiales, para lograr los objetivos de esta actividad.

¿Cuándo se realiza? Relativo al señalamiento de los tiempos de ejecución y obtención de las fotografías, según las normas, políticas y lineamientos del procedimiento y el medio escrito, la metodología de trabajo y los requerimientos de los lectores.

¿Dónde se realiza? Referencia de la ubicación tanto de la unidad responsable, los puestos de trabajo, así como de la audiencia.

¿Con qué se realiza? Señalamiento de los insumos, equipo y demás medios utilizados para la ejecución y logro de los resultados.⁶²

⁶² *Guía para la elaboración de manuales de procedimientos*, Gobierno de Sonora, México.
<http://www.cgeson.gob.mx>

Análisis semiótico de la imagen

La propuesta de la guía incluye un análisis profundo de imágenes representativas de los periódicos antes señalados para poder identificar las características de la fotografía de prensa en Ecuador. Para este estudio se requerirá la aplicación de las técnicas explicadas en el capítulo anterior y se procederá conforme a lo dicho.

Como se dijo anteriormente, este análisis permitirá acercarse a las particularidades de nuestro fotoperiodismo y permitirá crear modelos y parámetros de comportamiento del fotógrafo ecuatoriano para un labor eficaz.

Fase de diseño

Llegados a esta fase, se requiere una metodología y técnicas *ex profeso* que permitan transformar la investigación en un texto escrito. Después del análisis, se procede al registro de la información en una base de datos creada específicamente para el desarrollo de esta guía, de la cual se hablará en el último capítulo de la disertación. Cuando ya se haya organizado todo el material en categorías y capítulos, solo queda integrarlo en el manual. Se debe cuidar el lenguaje con el que se escriba; a pesar de que este proyecto está destinado a un público con suficiente conocimiento de la materia, no se puede permitir que el uso de tecnicismos y conceptos reales impida el correcto entendimiento por parte de los lectores, especialmente de los que están empezando a estudiar fotoperiodismo.

4.4 Recursos básicos

Tipos de recursos

A continuación se describen los recursos que serán utilizados durante la creación de la guía:

1. **Recursos materiales:** son las herramientas, equipos, instrumentos, infraestructura física, y otros elementos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
2. **Recursos técnicos:** son las alternativas técnicas elegidas como las más indicadas al proyecto, como así también las tecnologías a utilizar: computadores, grabadoras de voz, programas de edición.
3. **Recursos financieros:** consiste en una estimación de los fondos que se pueden obtener, indicando las diferentes fuentes con las que se podrá contar: presupuesto ordinario, subvenciones, pago del servicio por los usuarios, inversiones, ingresos o beneficios, créditos o préstamos. Es necesario también establecer un **calendario financiero**, en donde se indique cada actividad en determinado momento del proyecto y cuáles son los recursos financieros que se requerirán para llevarlas a cabo.

Distribución de la información

Tipos de fuentes

Dado que la investigación para esta guía es de tipo *exposfacto*, es decir que se parte de los problemas actuales en el campo de la fotografía de prensa y se indaga en las posibles causas, antecedentes y factores que permitirían interpretarlos, es preciso establecer de forma clara qué tipo de fuentes van utilizarse.⁶³

Según la página web de periodismo mediático.com, existen tres grandes grupos de fuentes de información:

1. **Fuentes personales:** Las cuales pueden ser subdivididas:
 - Según la duración de la relación que tiene el periodista con las fuentes:
 - a) Fuentes estables: hay relación continua.
 - b) Fuentes provisionales: dura el tiempo que tome el análisis de un asunto determinado.
 - Según la posición desde la que actúa la fuente:
 - a) Fuentes públicas: ocupan un cargo público.
 - b) Fuentes privadas: informan con un nombre propio.
 - c) Fuentes confidenciales: no permiten que se las cite.

⁶³ Grajales, Tevni, *Tipos de investigaciones*. <http://tgrajales.net>

- d) Fuentes expertas: información especializada.
- Según la actividad de la fuente:
 - a) Fuente activa: Es voluntaria. Toma la iniciativa para ponerse en contacto con el periodista y desea transmitir una información que interesa.
 - b) Fuente pasiva: no toma la iniciativa y suministra la información que el periodista pregunta.
 - c) Fuentes resistentes: ponen obstáculos para la información.
 - d) Fuentes abiertas: no ponen resistencia.⁶⁴

Serán necesarias entrevistas con fotógrafos de los diarios más grandes del país, de preferencia uno de cada diario. Cuatro o cinco entrevistas podrán aportar la información suficiente para poder comparar y contrastar los procesos de cada periódico y extraer las técnicas y secretos de los fotógrafos.

2. Fuentes documentales o escritas:

- a) Documentos públicos.
- b) Documentos privados: se accede a través de fuentes personales.

⁶⁴<http://www.mediatico.com>

3. Fuentes gubernamentales y no gubernamentales

- a) Gubernamentales: ocupan un lugar de privilegio en la estructura del poder. El papel del periodista ante estas fuentes es analizar de forma crítica la información que suministran.
- b) No gubernamentales: fuentes que no ostentan ningún poder, pero tienen acceso a información valiosa. El periodista intenta convertir una fuente no gubernamental en una privada.

Técnicas de investigación

Como se ha dicho ya, para la creación de este manual se utilizarán entrevistas, visitas guiadas, una búsqueda profunda bibliográfica y un proceso de comparación y contraste de los datos obtenidos. A continuación se describe específicamente en qué consistiría la utilización de cada instrumento y la mejor manera de aprovechar sus ventajas.

La entrevista

A este instrumento se lo puede dividir en tres tipos: la informativa, la de opinión y la de personalidad. Para lograr el propósito de la guía, se deberán emplear las entrevistas informativa y de opinión a fotógrafos escogidos de los diarios mencionados en el inicio del capítulo. La selección debe tomar en cuenta los años de experiencia de dichos fotógrafos, su trabajo representativo, su reputación y los años que ha laborado en el periódico. A pesar de que es de común conocimiento que los fotógrafos de más edad llevan consigo la mejor experiencia, se sugiere que se también se realicen entrevistas a algunos periodistas

jóvenes, que lleven 3 o 4 años en el campo, pues aportarán detalles curiosos y modernos. Asimismo, la visión de los fotógrafos más antiguos será edificante y ayudará a comprender la base y los inicios de esta destreza.

Cada entrevista deberá ser ligeramente similar para que posteriormente exista la posibilidad de comparar la información y rescatar valiosas conclusiones. Dependiendo del fotógrafo, las preguntas deben introducirse poco a poco en el espacio íntimo laboral del individuo, en su contexto social e histórico para descubrir lo que se busca, sin irrespetar al entrevistado. Como dice Nelson Hippolyte en su libro "Para desnudarte mejor. Realidad y ficción en la entrevista": *"Mientras más nos adentremos en su pensamiento, en su cotidianidad, habrá más posibilidades de escribir un texto que refleje vivazmente su esencia"*⁶⁵. Sin embargo, no se puede dejar de lado la pretendida objetividad, porque no se pueden alterar las declaraciones. En la entrevista informativa no se puede interpretar nada; todo es como el entrevistado lo dice.

El alcance de esta guía debe llegar al punto en el que el lector, sea un profesional formado o un estudiante inicial, pueda sentir claramente el personaje del "fotógrafo de prensa", aquel que deambula de cierta manera por la realidad, mientras capta un poco de ella y lo lleva a la audiencia. Por lo tanto, éste debe ser uno de los objetivos de cada entrevista: plasmar con detalles suficientes el nacimiento de una fotografía, desde que es mostrada ante el periodista, hasta que se la inmortaliza en el papel periódico.

En cuanto a los editores gráficos, una entrevista de opinión bien aplicada permitiría conocer su punto de vista acerca de la ética profesional en la alteración o mejoramiento tecnológico de las fotografías. La información reunida con este tipo de entrevista concede

⁶⁵ Hippolyte, Nelson, *"Para desnudarte mejor. Realidad y ficción en la entrevista"*, Venezuela, Monte Ávila Editores Latinoamericana, 1992.

un amplio debate sobre este polémico tema y otorga varias perspectivas para que los lectores puedan formar su propia opinión.

Las entrevistas a profesores de Comunicación, Periodismo o Fotografía son útiles cuando se trata de recopilar datos sobre el desarrollo histórico del fotoperiodismo y también se puede conseguir explicaciones más específicas sobre las técnicas generales y las bases sobre fotografía.

Para finalizar este apartado, quedan las palabras de Hippolyte: *“El comunicador debe tomar en cuenta lo que de individual tiene la expresión de cada personaje; sus silencios, sus muletillas, sus errores; las malas palabras, las redundancias, y hasta lo que dice para sus adentros”*.⁶⁶ El buen entrevistador es aquel que consigue ser parte de la realidad del entrevistado y que éste se lo agradezca después.

Visita guiada

Para las visitas se requiere contactar a las oficinas de los diarios y solicitar que se les permita visitar las instalaciones. Generalmente suelen organizar a grupos grandes para hacer una exposición productiva y ese día se puede averiguar quiénes son los fotógrafos más reconocidos y los editores gráficos. En estas visitas se debe prestar atención especial a la maquinaria que usan para la impresión de los periódicos, qué tintas, cuál es la mejor forma de obtener mejor calidad y cómo ha sido la evolución de la tecnología que utilizan.

⁶⁶ Hippolyte, Nelson, Op.

Bibliografía

Existen algunas obras que pueden aportar con la historia del fotoperiodismo en el mundo, la inclusión de las imágenes en la prensa escrita y los inicios de la cámara fotográfica en general. Esta información complementa el estudio y permite generar distintas perspectivas sobre la evolución de esta destreza en Ecuador.

A continuación se presenta un listado de las posibles fuentes bibliográficas que se pueden tomar en cuenta para la búsqueda:

- Khalifé, Laso, Galo, François, *“La mirada y la memoria: fotografías periodísticas del Ecuador”*.
- Castellanos, Ulises, *“Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones”*.
- Aguilar, Arévalo, Eugenio, *“El periodismo en los 150 años de vida republicana”*, Quito, Corporación Editora Nacional, 1980.
- Alonso, Erausquin, Manuel, *“Fotoperiodismo: formas y códigos”*, Madrid, Síntesis, 1995.
- Baeza, Pepe, *“Por una función crítica de la fotografía de prensa”*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- Barrera, Isaac J., *“La prensa en el Ecuador”*, Quito, Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1955.
- Diario El Comercio, *“La gente en imágenes: fotografías de los reporteros gráficos de Diario El Comercio del Ecuador, 05 – 06”*, Quito, El Comercio del Ecuador, 2006.
- Fontcuberta, Joan, *“Fotografía: conceptos y procedimientos”*, Ediciones G. Gili, 1994.

- Freund, Gissle, *“La fotografía como documento social”*, Ediciones G. Gili, 1993.
- Goldberg, Vicki, *“La fotografía periodística”*, Barcelona, Bosch, 1997.
- Johnson, Robert C., *“Las buenas fotos ayudan a transmitir el mensaje”*, México, Publigráficos, 1995.
- Keller, Ulrich, *“El primer fotoperiodismo”*, Barcelona, Bosch, 1997.
- Panzer, Mary, *“Las cosas tal como son: el fotoperiodismo en contexto desde 1955”*, Barcelona, Blume, 2006.
- Vilches, Lorenzo, *“La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión”*, Barcelona, Paidós, 1997.
- Vilches, Lorenzo, *“Teoría de la imagen periodística”*, Barcelona, Paidós, 1997.

Recomendaciones

Al momento de clasificar la información obtenida después de la búsqueda en las diferentes fuentes propuestas, se sugiere que se planteen resúmenes, esquemas y cuadros comparativos que permitan utilizar solo los datos necesarios. Además, la aplicación de estos “sintetizadores de información” evitará que se redunde en los mismos temas al momento de redactar la guía.

En el proceso de investigación se debe prescindir del ejercicio de convertirse en “copistas” de todas las fuentes a las que se recurrirá. Es preciso que se sepa seleccionar desde el inicio lo que conviene archivar y lo que se debe dejar de lado. En varias ocasiones, los autores tendrán que oír o leer las mismas ideas provenientes de distintas fuentes repetidamente; sin embargo, lo que se recomienda es que extraigan lo esencial y desechen lo restante.

Asimismo, dicha clasificación debe estar basada en una estructura determinada. Por ejemplo, se puede crear carpetas distintas en el ordenador que dividan la investigación en: 1. Historia y antecedentes, 2. Técnicas utilizadas, 3. Sobre ética y normas y 4. Conclusiones y premisas extraídas. De igual manera, se puede realizar un ordenamiento de acuerdo al tipo de fuente consultada: 1. Entrevistas a expertos, 2. Medios escritos, 3. Visitas guiadas, 4. Libros y 5. Páginas de Internet.

Una buena forma de resumir información extensa es la utilización de esquemas. Un esquema completo reduce los contenidos en un corto espacio, sin omitir ningún aspecto importante de lo investigado, y está perfectamente estructurado, de modo que es entendible para cualquier persona. Las características de un buen esquema son:

Brevedad: El esquema contiene las piezas clave del tema.

Estructura: Los conceptos y las ideas deben estar determinadas de tal manera que se entienda la relación entre ellos. Lo principal en un esquema útil es que sea factible entender la estructura interna del tema, así como las relaciones entre sus partes.

Simbolismo: La utilización de flechas, círculos, recuadros, llaves, dibujos y palabras clave será una ventaja para los autores en el momento de releer lo investigado y empezar con el proceso de comparación y contraste, donde deberán reunir todo lo conseguido y especificar los contenidos del manual.⁶⁷

⁶⁷ Mahillo, Javier, "¿Sabes estudiar?", España, Espasa Calpe S.A., 2001

CONCLUSIONES

- El fotoperiodismo nació como un complemento de la palabra escrita y, con el tiempo, se convirtió en una fuente completa de información. En la actualidad es un mensaje en sí mismo, con todos sus componentes: contexto, emisor, receptor, contacto y código. Debido a sus propiedades informativas, una fotografía debe ser analizada como mensaje.
- No todas las fotografías de prensa son documentos informativos y periodísticos; las diferentes ramas de la comunicación han permitido que una imagen cumpla las funciones de complemento, fuente o decoración.
- Para poder determinar las técnicas que sirven para hacer una imagen, se debe conocer con exactitud qué elementos la componen y cómo usarlos para establecer una relación entre ellos. Como consecuencia, no es cuestión de repetir las técnicas ya usadas, sino ordenar los elementos para que cumplan una función específica.
- La *candid photography*, la técnica que obliga a la imagen a mostrar solo la realidad y al fotógrafo a pasar lo más inadvertido posible, es la única que se usa desde hace varios años, dentro de fotografía de prensa ecuatoriana. Sin embargo, muchas veces es manipulada, de forma que en realidad no está mostrando el punto central de la noticia, sino que desvía la atención del receptor a otros puntos específicos.

- El papel del fotógrafo de prensa debe ser lo más pasivo posible, lo que en la actualidad no suele ser común, pues su participación en el proceso de formación de la imagen es provocado por intenciones lejanas al propósito de informar. La manipulación informativa puede darse tanto en el primer punto de la fotografía, que es el captar el suceso, como en la etapa de mejoramiento tecnológico y diagramación.
- La imagen periodística también es un lenguaje dentro de la comunicación masiva. Como tal, está compuesta por diferentes signos y su lectura requiere de un proceso que va más allá de la simple admiración.
- La fotografía no solo cumple una función informativa, sino que establece un lazo de comunicación perpetuo entre el ser humano y el mundo que le rodea. No es solamente un elemento descriptor, sino también explicativo y connotativo.
- Una imagen puede ser comprendida principalmente mediante el estudio de sus actantes y la relación que exista entre ellos.
- El desglose de los elementos en una fotografía de prensa no es simple; se requiere el análisis profundo de cada uno de ellos, a través de las herramientas que sirven para elaborarla. Cada herramienta, como cada elemento, cumple una función y juntos establecen un propósito general de la imagen.

- La fotografía es una representación limitada de la realidad y, por lo tanto, conlleva problemas éticos en sí misma. El ser humano la capta y cree lo que ve en ella, sin que su cerebro analice por lo general la intencionalidad, que se puede encontrar si se la observa a fondo.
- La utilización adecuada de las técnicas de fotoperiodismo y el tomar en cuenta las funciones de cada uno de sus elementos conlleva al respeto de las funciones de la fotografía periodística en sí. La utilización de dichos elementos con el fin de “crear” una función subjetiva en la imagen lleva al fotógrafo a dejar de lado la ética periodística.
- Toda fotografía es subjetiva. Sin embargo, la fotografía periodística debe acercarse más a su función imparcial que a su propia subjetividad.
- La imagen en general, y más la periodística, trabaja en función no solo de su receptor, sino de su emisor también. Esto debe ser siempre tomado en cuenta por el fotógrafo al momento de tomar una imagen.
- El análisis de imágenes representativas ecuatorianas traerán a la luz las falencias y los aciertos del fotoperiodismo actual. Además, sería una puerta abierta para el descubrimiento de soluciones a problemas comunes y a la verificación de las causas del buen o mal funcionamiento de esta rama de la comunicación en el país.

- El manual de procedimientos que aquí se propone será una fuente teórica que reunirá toda la información necesaria sobre la situación de la fotografía de prensa en Ecuador, sobre la composición de la imagen y las técnicas que permiten el cumplimiento de la ética periodística.
- Para que la guía cumpla su propósito, debe contar con una investigación detallada de los periódicos ya señalados, puesto que cada uno representa a una región del país, y, por ende, permitirá descubrir las diferencias y similitudes del periodismo en Ecuador.
- Además, la guía debe contar con un análisis semiótico de imágenes representativas de dichos periódicos, con el propósito antes expuesto de conocer más sobre la situación actual de la fotografía de prensa en Ecuador.
- La creación de la guía es un proyecto de grandes magnitudes, que debe seguir un proceso detallado y fases de elaboración específicas.

ANEXOS

Periódicos del Ecuador

Según la página web prensaescrita.com, los diarios ecuatorianos son:

PERIÓDICOS	PROVINCIA	CIUDAD
LA HORA	Pichincha	Quito
*EL COMERCIO	Pichincha	Quito
*EL HOY	Pichincha	Quito
ÚLTIMAS NOTICIAS	Pichincha	Quito
METRO HOY	Pichincha	Quito
EL POPULAR	Pichincha	Quito
*EL MERCURIO	Azuay	Cuenca
EL TIEMPO	Azuay	Cuenca
LA TARDE	Azuay	Cuenca
PORTADA	Cañar	Azogues
LA NACIÓN	Carchi	Tulcán
LA PRENSA	Chimborazo	Riobamba
LOS ANDES	Chimborazo	Riobamba
*LA GACETA	Cotopaxi	Latacunga
CORREO	El Oro	Machala
OPINIÓN	El Oro	Machala
EL NACIONAL	El Oro	Machala
LA VERDAD	Esmeraldas	Esmeraldas
*EL COLONO	Galápagos	Puerto Ayora
*EL UNIVERSO	Guayas	Guayaquil

EXPRESO	Guayas	Guayaquil
*EXTRA	Guayas	Guayaquil
SUPER	Guayas	Guayaquil
*EL TELÉGRAFO	Guayas	Guayaquil
PP EL VERDADERO	Guayas	Guayaquil
MERIDIANO	Guayas	Guayaquil
METROQUIL	Guayas	Guayaquil
LA SEGUNDA DEL MERIDIANO	Guayas	Guayaquil
PRENSA LA VERDAD	Guayas	Milagro
EL NORTE	Imbabura	Ibarra
LA VERDAD	Imbabura	Ibarra
CRÓNICA	Loja	Loja
CENTINELA	Loja	Loja
EL CLARÍN	Los Ríos	Babahoyo
EL DIARIO	Manabí	Portoviejo
*EL MERCURIO	Manabí	Manta
LA MAREA	Manabí	Manta
*LA PRENSA DE PASTAZA	Pastaza	Puyo
EL PERIÓDICO COLORADO	Santo Domingo	Santo Domingo
CENTRO	Santo Domingo	Santo Domingo
*EL HERALDO	Tungurahua	Ambato

68

Cuadro #8. Periódicos ecuatorianos

⁶⁸<http://www.prensaescrita.com/america/ecuador.php>

Aquellos señalados con un asterisco deben ser tomados en cuenta para la investigación, ya que representan de forma clara al periodismo ecuatoriano y dichos periódicos ayudarán a reconocer las características de los medios escritos en la Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular.

Cámaras importantes a través de la historia

No solo basta con la destreza del fotógrafo; la buena calidad de la cámara aporta sin duda buena calidad a la fotografía. Es por eso que se presenta aquí un resumen de la evolución de las cámaras fotográficas y se muestra cómo los primeros obstáculos fueron superados a través del tiempo.

Para que el sistema de comunicación de la imagen mejorara, era necesario que la calidad de las fotografías también lo hiciera. Cada cámara fotográfica que ha aparecido en el mercado con nuevas aplicaciones y características ha pretendido solucionar problemas periodísticos inmediatos, como ya se mencionó anteriormente. Es así cómo desde los complicados mecanismos iniciales hasta los más modernos del nuevo siglo han sido desarrollados con más creatividad que lógica y esta premisa será demostrada con una presentación de algunas de las cámaras que marcaron el periodismo.

Mavica:

En 1981 la casa japonesa Sony presentó este modelo revolucionario, de aspecto tradicional, que dejaba entrar la luz por el objetivo, pero que la procesaba mediante un *chip* especial que la convertía en millares de impulsos eléctricos. Éstos quedaban grabados en un disco magnético que giraba en el interior de un

cassette y que podía grabar hasta cincuenta imágenes. El disco debía ser insertado en un visor especial que se conectaba al televisor, donde se podían observar las fotografías en blanco y negro. Su inconveniente principal era la baja calidad. Mavica solo daba en los televisores una imagen de 350 líneas, lo que es reducido en comparación con el estándar europeo de televisión PAL y SECAM, que es de 625 líneas.

La RC-701:

Esta cámara fue desarrollada por Canon, la famosa firma de productos fotográficos, en 1986. El mundo del periodismo tenía grandes expectativas en cuanto a la RC-701, pero sufrió una ligera decepción cuando comprobaron su falta de practicidad: no se producía ningún ruido o vibración que indicara que se acababa de tomar una fotografía. Aun así, ésta almacenaba más de 380.000 píxeles en un fotograma de 6,6 x 8,8 mms., lo que producía copias de gran calidad. Además, el equipo podía ser alimentado con una batería de automóvil, transmitir por un sistema inalámbrico, como un celular, y estaba dotado de un *walkietalkie* para comunicación.

Logitech Electronics:

En 1991 fue presentada en Madrid la primera cámara reconocida como digital. Utilizaba microprocesadores (chips), en lugar de películas o discos, y las imágenes eran enviadas a un ordenador para su tratamiento posterior.

ION RC-560:

Con esta cámara, Canon contribuyó a la informatización de la fotografía, pues con ella se capturaban imágenes directamente en *diskettes* de dos pulgadas, reutilizables, intercambiables y que almacenaban hasta 25 imágenes cada uno. Esta cámara contaba con zoom y autoenfoco motorizado y podía grabar imágenes de la televisión si se la acoplaba a una entrada de la misma.

BIR-2:

Este equipo fue utilizado en su mayoría para documentales fotográficos al estilo de los que hoy conocemos como pertenecientes a NationalGeographic. Compuesta por un emisor y un receptor de infrarrojos, esta cámara fue diseñada con graduación de rapidez para hacer fotografías de alta velocidad, por lo que era ideal para tomas de animales.

NC 2000:

Kodak, Nikon y Associated Press presentaron esta cámara en 1994. Utilizaba un sistema de videofoto que contenía lo que Diego Caballo llama “los cuatro ejes básicos de las actividades fotográficas: captación, archivo, reproducción y transmisión”. Prescindía de película y no requería tratamiento posterior en laboratorio, pues su pantalla de visualización y sus comandos permitían el tratamiento inmediato de la imagen. Este equipo significó el futuro de la fotografía periodística.

Nikon:

Nikon desarrolló la cámara digital más rápida del momento en 1999: la D1. Este equipo presentaba un detector electrónico conocido como CCD (ChargedCoupleDevice) que capturaba imágenes con 2,74 millones de píxeles y disparaba 4,5 fotogramas por segundo.

En 2001 presentó la D1X y la D1H, que alcanzaban los 5,33 y los 2,66 millones de píxeles, respectivamente. Ambas contenían una pantalla LCD (Liquid Cristal Display) y balance de blancos de mejor calidad.

En 2005 salió al mercado la Nikon D2X, pensada para eventos deportivos por su posibilidad de disparar 8 fotogramas por segundo. Sin embargo, tenía un visor muy pequeño, lo que dificultaba el encuadre.

Canon y Kodak:

Las dos firmas quisieron competir a la par de la D1 de Nikon con la EOS-1D y la Kodak Pro DCS 760, respectivamente. La primera contaba con 4 megapíxeles y 8 fotogramas por segundo, y la otra capturaba imágenes de hasta 6 megapíxeles. Pero la que verdaderamente superó a las demás fue la DCS Pro 14n, que fue presentada en 2002 en Alemania, y tenía 14 megapíxeles de resolución.

La cámara fotográfica

La importancia de una buena fotografía no solo depende del periodista o de la técnica. El conocimiento del equipo a utilizar es vital, pues su calidad y su buen funcionamiento es una parte fundamental para la correcta aplicación del fotoperiodismo.

Cámaras analógicas

Para empezar, la cámara fotográfica es una caja oscura que atrapa la cantidad necesaria de luz a través de un agujero para que la imagen se defina después de un proceso químico determinado. Este agujero se llama **diafragma** y trabaja conjuntamente con dos cortinillas, cuyo nombre es **obturador**, que se abren y cierran a una velocidad específica para controlar el tiempo de exposición a la luz. El obturador se acciona cada vez que nosotros disparamos; a mayor velocidad de apertura y cierre, más clara será la fotografía. De igual manera, a menor velocidad, la imagen será más oscura porque se ha permitido que entre más luz.⁶⁹

⁶⁹<http://www.desarrollomultimedia.es>



Imagen #1. Elementos de la cámara fotográfica.

www.taringa.net

Elementos de la cámara fotográfica:

Objetivo: Es un conjunto de lentes que enfocan la luz que refleja el objeto fotografiado. Cualquier plano o elemento refleja la luz en varias direcciones y parte de esos rayos luminosos serán alcanzados por el objetivo.

Obturador: Son las dos cortinillas que controlan el *tiempo de exposición* a la luz a la que será sometida la película.

Diafragma: Es el disco que controla la *cantidad de luz* que llega a la película. Actúa como el iris del ojo humano; se abre o se cierra para poder modular la luz que entra a la cámara.

Visor: Elemento mediante el cual se puede ver anticipadamente el campo visual que será fotografiado.

Plano focal: Definimos el plano focal cómo la superficie sobre la que se forma una imagen nítida del sujeto. Mientras se realiza una fotografía, la película está extendida a través del plano focal. Cuanto más cerca está la cámara del sujeto, más lejos está el plano focal del objetivo.⁷⁰



Imagen #2. **Objetivo de una cámara Canon focal fijo de 50 mm.**

www.compradicción.com



Imagen #3. **Partes y tipos de obturadores.**

www.difo.uah.es

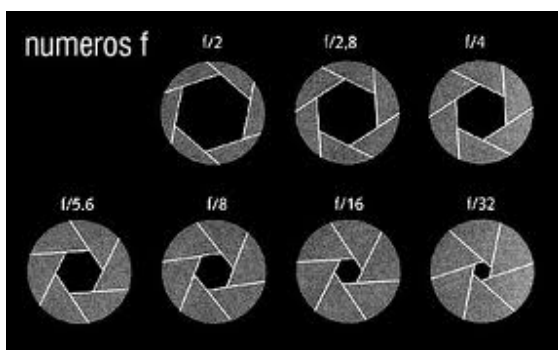


Imagen #4. **Diafragmas abiertos.**

www.xatakafoto.es



Imagen #5. **Visor de la cámara.**

www.galeriaavakian.wordpress.com

⁷⁰<http://www.fotonostra.com/fotografia>

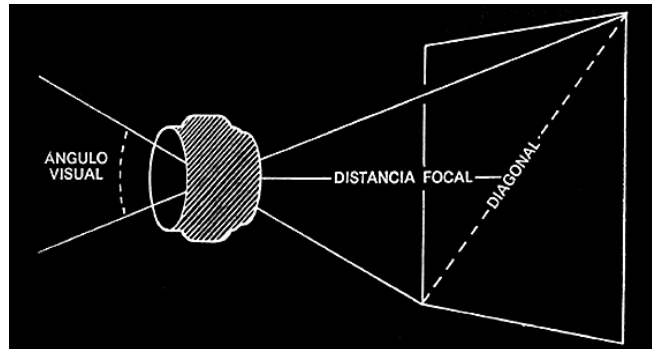


Imagen #6. Plano focal.

www.reflexionesfotograficas.blogspot.com

La película, que es en donde se plasma la fotografía, está conformada por sales halógenas, generalmente bromuro de plata, que reaccionan ante la luz y forman puntos diminutos. Las sales que reciban más luz oscurecerán, mientras que las que no, permanecerán claras. La imagen que está en negativo, es decir que está al revés, debe ser sometida al proceso de revelado en un cuarto oscuro, donde se le dará color y se podrá obtener una copia positiva, mediante el uso de sustancias químicas que facilitarán el proceso.

A continuación, un listado de los utensilios necesarios para el proceso de revelado de una fotografía obtenida con una cámara analógica:

1. **Cubetas:** Se emplean para el revelado, baño intermedio, paro y fijado.
2. **Botellas:** Se utilizan para la conservación de los productos químicos que intervienen en el proceso de revelado. Algunos de estos productos se oxidan al tener contacto con el aire.
3. **Papel fotográfico:** Es un papel especial en el que se ha impregnado la emulsión fotosensible.

4. **Pinzas:** Se utilizan para poder colgar la película mojada revelada hasta que se seque.

5. **Reloj:** Se utiliza para medir con exactitud el tiempo de revelado y el de la fase de exposición del positivado.

Debe funcionar con extrema precisión.

6. **Probetas y embudos:** Se utilizan para medir las sustancias químicas que se mezclan, estos pueden ser de ser de cristal o de plástico.



Imagen #7. **Utensilios para revelado.**

7. **Tijeras:** Para recortar las tiras de la película.

www.antona.wordpress.com

8. **Termómetro:** Se utiliza para medir los baños químicos que se realizan en el laboratorio.

9. **Soluciones para revelado:** Son los diferentes productos químicos que se emplean para el proceso de revelado (Revelador para película y formato en papel y Fijador)

10. **El tanque de revelado:** Es un instrumento de forma cilíndrica en el cual se introduce la película para revelar.⁷¹

Proceso de revelado en el cuarto oscuro:

El primer paso es apagar la luz para poder introducir la tira de negativos en el tanque de revelado; de otra forma, se velarán. Se debe recortar los dos extremos de la tira para facilitar el enganche en los dos discos que vienen dentro del tanque; es importante tomar

⁷¹<http://www.digitalfotored.com>

en cuenta no tocar la parte de los negativos. Después se puede encender la luz nuevamente y se coloca la cantidad necesaria de revelador. Esto dependerá de la temperatura del ambiente, del tipo de película que se haya usado y de las instrucciones del fabricante del revelador. Se debe agitar el tanque el tiempo que determine el tipo de película para que la sustancia reduzca las sales halógenas de la misma y las reduzca mediante proceso químico en plata metálica negra. De esta manera, las imágenes aparecerán visibles en los negativos. Al finalizar, el revelador es desechado por el tapón superior del tanque.

El siguiente paso es colocar el baño de paro en el tanque, de la misma manera que se hizo con el revelador. Esta sustancia se encarga de interrumpir la acción del revelador para que sus residuos no contaminen la siguiente sustancia que se utilizará. Se debe esperar 30 segundos hasta que actúe y se puede reusar siempre y cuando se mantenga la sustancia en frascos donde no entre la luz. Cuando se vuelve oscuro, debe desecharse.

Al terminar el baño de paro, se debe introducir rápidamente el fijador. Su función es disolver la plata metálica negra que haya quedado en los negativos. Asimismo, debe agitarse el tanque entre 14 y 15 minutos (el tiempo depende del tipo de película) para que al finalizar la tira pueda ser extraída con seguridad a la luz, sin que se vea. Esta sustancia también es reutilizable, mantenida en las mismas condiciones que en el baño de paro.

La tira de negativos debe ser lavada cuidadosamente en agua fría por aproximadamente 20 minutos para desechar cualquier residuo químico. De igual manera, se la debe dejar secar colgada en forma vertical durante 24 horas para que esté lista.

Después, se cortarán los negativos para su ampliación. Se necesita una máquina ampliadora y papel fotográfico adecuado: mate, brillo, baritado, resina, blanco o blanco cálido. Para conocer el tiempo de exposición a la luz del negativo en la ampliadora se

debe hacer una prueba: se divide el papel en franjas paralelas y se expone cada una a un tiempo distinto. La franja que quede más clara, aunque no tan blanca, será la que indique cuánto tiempo se expondrá a el papel.

Cuando esté la fotografía lista se deberá seguir el proceso de revelado, baño de paro, fijado y lavado para que después se seque y se pueda apreciar la imagen.⁷²

Cámaras digitales

En la fotografía tradicional o analógica obtenemos una imagen en papel; por el contrario, en la fotografía digital obtenemos un archivo informático. Este tipo de imagen está compuesto por un lenguaje de ceros y unos; es almacenada en una memoria y es mucho más versátil que la analógica, pues puede ser modificada, observada a través de ordenadores, televisores o celulares y es completamente transportable.

Para obtener una fotografía digital, el objetivo detecta la luz y la hace llegar hasta un sensor llamado **CCD**; éste está formado por muchos receptores fotosensibles, denominados **fotodiodos**. La luz generará señales eléctricas a cada receptor, que serán transformadas en datos digitales mediante el conversor de la cámara y esos datos serán representados como pequeños cuadrados, los **pixeles**. Es por eso que la resolución de una cámara digital es importante, porque a mayor cantidad de pixeles, mayor definición y claridad de la fotografía, mayor perfección en los detalles.⁷³

⁷² Guillermo, Echeverría, Materia de Fotografía, 7mo. Semestre, Carrera Comunicación, PUCE, 2010

⁷³ <http://www.digitalfotored.com>



Imagen #8. **Obtención de la imagen digital.**

www.digitalfotored.com

La ISO Sensibilidad

Las siglas ISO significan International Organization for Standardization y, como su nombre lo indica, es una organización que implementó estándares a nivel internacional para medir la sensibilidad del sensor de la cámara. Existen otras escalas como la DIN o la ANSI, pero la ISO es la más utilizada y la que se puede comprender de manera más fácil.

La escala ISO parte de un valor referencia que es ISO 100 y a partir de éste se construye el resto de la escala. Se puede afirmar que ISO 100 es el valor de referencia de sensibilidad, es decir, el valor según el cual el sensor necesita una mayor cantidad de luz para ser estimulado; de esta forma, el sensor que tenga una sensibilidad ISO 200 es el doble de sensible. Los valores habituales que ofrecen las cámaras fotográficas son: 100, 200, 400, 800 y 1600. En muchas cámaras también se incluyen tercios para poder definir

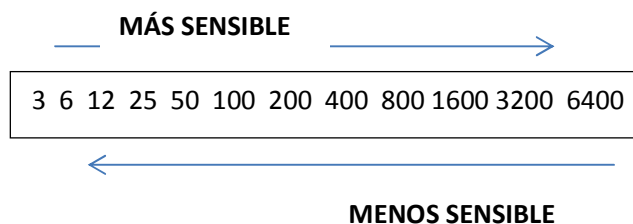
la sensibilidad del sensor con más precisión. En cualquier caso, un mayor valor ISO supone una mayor sensibilidad del sensor de una cámara y viceversa.⁷⁴



Imagen #9. **Triángulo de la Exposición.**

www.sonymage.es

Escala ISO: Sensibilidad de la película hacia la luz ⁷⁵



Tanto en algunas cámaras analógicas como en las digitales se puede utilizar la escala ISO para modificar la calidad de la fotografía, pues controla la cantidad de luz que entra por el diafragma, dependiendo de cuán abierto esté, y la velocidad del obturador para que

⁷⁴<http://www.ecured.cu>

⁷⁵Guillermo, Echeverría, Materia de Fotografía, 7mo. Semestre, Carrera Comunicación, PUCE, 2010

entre dicha cantidad de luz. Si se utiliza un nivel alto en la escala ISO, la fotografía tendrá una mejor calidad, pero se corre el riesgo de que tenga *ruidos*, es decir puntos o pequeñas alteraciones.